





التربية الإعلامية

والمسؤولية الإجتماعية للإعلام الإسلامي

تأليف
عدد من الباحثين

مراجعة وتقديم
د. طه أحمد الزيدي





الطبعة الأولى

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
٢٠١٢/١١/٤٢٢٤

٢١٥,٣
الزيدي، طه أحمد
التربية الإعلامية والمسؤولية الإجتماعية للإعلام الإسلامي /طه أحمد الزيدي.[وآخرون].-عمان-دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٢
( ) ص.
ر. إ.:٤٢٢٤ /١١/ ٢٠١٢
الواصفات: /الإعلام الإسلامي/ التربية الإسلامية/



العراق- بغداد- الأعظمية

٠٠٩٦٤٧٩٠١٣٨٩٤١٠

٠٠٩٦٤٧٩٠٤٥٣١٤٥٢

EMAIL:
daralfajir@yahoo.com
tahaazz@yahoo.com



دار النفائس
للنشر والتوزيع-الأردن

العبدلي - مقابل مركز جوهرة القدس

ص.ب ٩٢٧٥١١ عمان ١١١٩٠ الأردن

هاتف: ٠٠٩٦٢٦٥٦٩٣٩٤٠

فاكس: ٠٠٩٦٢٦٥٦٩٣٩٤١

Email: ALNAFAES@HOTMAIL.COM

www.al-nafaes.com

التربية الإعلامية

والمسؤولية الاجتماعية للإعلام الإسلامي

بحوث وأوراق عمل المؤتمر العلمي الثالث للإعلام الإسلامي في العراق

تأليف

عدد من الباحثين

مراجعة وتقديم

د. طه احمد الزيدي





بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

قَالَ تَعَالَىٰ: ﴿ وَقِفُوهُمۡۖ إِنَّهُم مَّسۡـُٔولُونَ ﴿٢٤﴾ ﴾

[الصافات: ٢٤]

ويقول رسوله عليه الصلاة والسلام:

(كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته)

رواه البخاري ومسلم

مُقَـدِّمَة

د. طه احمد الزيدي

رئيس الرابطة الإسلامية للإعلام

الحمد لله وحده والصلاة والسلام على نبيه وحبيبه وعبده وعلى آله وصحبه وجنده.

أما بعد:

فان من أشد الأمور التي تضبط تصرفات الإنسان فرداً أو جماعة أن يكون مسؤولاً، وكلما اتسعت دائرة عمله تضاعفت مسؤولياته، وتفاوتت بحسب مكانةِ الفرد في المجتمع الذي يعيش فيه، وتَفاوتِ الصلاحياتِ والسلطاتِ الممنوحة للفرد أو للجماعة، ونوعية المسؤولية نفسها، وكلما طالب الإنسان بالمزيد من حقوقه وحرياته، زاد تذكيره بمسؤولياته للحيلولة دون شيوع الفوضى أو التعاطي السلبي مع الآخرين أو في المجتمع، فكل حق يقابله واجب، فكما أن للمسلم حقوقاً ضمنت الشريعة حفظها وصيانتها وألزمت الآخرين باحترامها وعدم الاعتداء عليها، فلابد أن تكون عليه واجبات ومسؤوليات تقابلها وعليه الإيفاء بها، واحترام الآخرين بأدائها ورعايتها.

واليوم حيث نعيش عصر الإعلام والمعلوماتية لم يعد خافياً على لبيب أهمية الإعلام وشدة تأثيره وسعة انتشاره، وما يقوم بتغطيته سواء في مساحات بثه الزمانية والمكانية، أو ما يشغله من خلايا الدماغ البشري ودقات قلبه وحركات أركانه، وظهر للجميع المكاسب التي حظيت بها وسائل الإعلام فيما يتعلق بحرية التعبير أو حرية الإعلام، مما جعل الباب أمامها مفتوحاً، فلا حدود ولا تأشيرات، ولا قيود ولا ترخيصات، ولا قوانين حازمة، أو إجراءات صارمة ولا عقوبات ظالمة.

ومن هنا تعاظمت المسؤولية على الإعلاميين -أفراداً ومؤسسات-، فالنشر

منوط بسياسات التحرير وضمير الإعلامي، وحين سادت نظرية الحرية الإعلامية في أوربا، والإعلام الحر في أمريكا، عمت الفوضى في وسائل الإعلام الغربية، فذهب المنظرون الإعلاميون إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية، ثم تلقفها الإعلام العربي، ولم يتنبه أو يتغاضى على اختلاف المجتمعات وتباين القيم والمعتقدات، فزحفت إلينا الفوضى بفسادها، فكانت في بلادنا أشد، ولكن الله تعالى بفضله ولطفه بعباده، جدد لهذه الامة أمر دينها بصحوة مباركة، أعادت الناس إلى دين ربها، وأرجعتهم إلى دائرة المسؤولية، فتركت بصماتها في مجالات الحياة كافة، ومنها بلا شك المجال الإعلامي.

ثم انصهرت العلوم جميعاً في بوتقة الإسلام (التربية والتعليم والاجتماع والنفس والأخلاق والإعلام) وترابطت مفاهيمها، ولذا أكد بعض الباحثين ومنهم الدكتور محمد سيد في كتابه المسؤولية الإعلامية في الإسلام: على روح الإسلام في هذه المفاهيم فإنَّ الذي يربط هذه المفاهيم هو الإسلام، والإسلام روح... إذا دبَّ في الإعلام وأصبح إعلاماً إسلامياً، استطعنا أن نقننه ونفلسفه ونضع له الخطط والمناهج، كما أن هذه العلوم تكاملت فيما بينها لبناء جيل إسلامي.

الإعلام والتعليم والتربية:

ولو عدنا إلى الاصول اللغوية إلى مفردتي الإعلام والتعليم لوجدنا التقارب الوظيفي بينهما فكلاهما من أصل علم، وأعلَمَه، أي: أخبرَه، فالإعلام الإخبار والتبليغ والإيصال، وعلَّمه العِلْمَ تعليماً... وأعلَمَه إياه فتَعَلَّمَه تعليماً، فالتعليم التبليغ مع التكرار.

فالإعلام لا يكون إلا بين طرفين يقوم أحدهما بإعلام الشيء سواء أكان خبراً أم تعريفاً أم رأياً، ويتلقى الثاني ما أعلم به، أما التعليم فيحتاج إلى تكرار وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم. ولا يحتاج الإعلام إلى ذلك بل

يكفي فيه مجرد الإخبار، ولكنهما يشتركان في معنى واحد هو: نقل المعارف والمعلومات من المرسل، وهو رجل الإعلام أو المعلم، إلى المستقبل وهو المتلقي للرسالة الإعلامية أو المتعلم.

وهذا التلازم يقتضي إدراك الوظيفة التعليمية والتربوية للإعلام، وهكذا ظهرت مصطلحات ثنائية لتؤكد هذا التلازم وترسخ تلك التكاملية، كاخلاقيات الإعلام، وتكنولوجيا التعليم، والمسؤولية الاجتماعية للإعلام، والإعلام التربوي، ومنها مصطلح التربية الإعلامية (education information)، الذي تشير بعض الدراسات إلى أنه ظهر في أواخر الستينيات، من القرن الماضي.

ولو عدنا مرة أخرى إلى الأصول اللغوية لوجدنا أن التربية: لغة؛ الا زدياد والنمو والاصلاح والرعاية، وهي عملية التنشئة والتنمية للكيان الإنساني، واصطلاحاً: عملية تضم الأفعال والتأثيرات المختلفة التي تستهدف نمو الفرد في جميع جوانب شخصيته، وتسير به نحو كمال وظائفه عن طريق التكيف مع ما يحيط به وما تحتاجه هذه الوظائف من أنماط وسلوك وقدرات، وفي المعجم الإسلامي، يقصد بها: تنمية جوانب الشخصية الإسلامية جميعها – الفكرية والعاطفية والجسدية والاجتماعية – وتنظيم سلوكها على أساس مبادئ الإسلام وتعاليمه بغرض تحقيق مقاصد الإسلام في شتى مجالات الحياة؛ أو أنها: نظام ومنهج تربوي شامل له أسسه العقائدية والمعرفية والنفسية والاجتماعية، وله نظرياته الخاصة المستمدة من الشريعة الإسلامية، وله إجراءاته الميدانية التي يتم اعتمادها لتربية الفرد وبناء المجتمع.

وأماالتربية الإعلامية فيمكن أن نحددها بالقدرة على أن نفسر بوعي كامل وانتباه المعاني والتأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام ورسائله الموجهة

لأفراد المجتمع[1]، أو هي عند بعض الباحثين: عملية ارتقاء وتنمية متبادلة تدفع المؤسسة الإعلامية إلى إدراك مسؤوليتها الأخلاقية تجاه المجتمع، وتدفع المتلقين لانتقاء المادة المفيدة لهم ولأسرهم ولاسيما الأطفال والشباب.

وهذه العملية تتصف بسمات وتقوم على أصول ومبادئ عامة ترسم إطارها الإسلامي فمن سماتها أنها[2]:

-ملتزمة؛ فهي تستمد قواعدها وقيمها من المرجعية العليا للإسلام "كتاب الله سبحانه وسنة رسوله عليه الصلاة والسلام"، وتقوم على الارتباط الكامل بالدين الإسلامي وما فيه من ضوابط وقيم، والامتثال لما أَمر به والانتهاء عما نهى عنه.

-مسؤولة؛ كون القائمين عليها جميعاً من تربويين وإعلاميين ودعاة وفنيين، مأتمنين ومسؤولين عما استرعاهم الله تعالى عليه من متعلمين أو متلقين، (فإن الله سائل كل راع عما استرعاه، حفظ ذلك أم ضيعه) رواه أحمد والترمذي.

-هادفة؛ إذ حددت هدفها بعناية وعرفت طريقها جيداً، ويتجلى في إعداد الإنسان الصالح المصلح، وليس المواطن الصالح فحسب، تؤمن بالأخوة الإنسانية، وتدعو إلى التعايش والتعارف، فالمسلم يسالم من يسالمه، ولا يعادي الا من يعاديه.

-إيجابية؛ ترشد المجتمع وتحض أبناءه على الإصلاح الإيجابي (الذي يفيد الذات والآخرين) ولا تكتفي بالإصلاح السلبي (إنقاذ الذات فحسب)، ﴿ وَمَا كَانَ رَبُّكَ لِيُهْلِكَ ٱلْقُرَىٰ بِظُلْمٍ وَأَهْلُهَا مُصْلِحُونَ ﴿١١٧﴾ ﴾ [هود: ١١٧].

---

(١) ينظر معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي للكاتب.

(٢) لقد اهتم كثير من الدراسات بسمات وخصائص الشريعة او التربية الإسلامية، ومنها خصائص التصور الإسلامي ومقوماته لسيد قطب، والخصائص العامة للإسلام للدكتور يوسف القرضاوي، وفلسفة التربية الإسلامية، للدكتور عمر الشيباني، وفلسفة التربية في الإسلام للدكتور أحمد رجب، وقد اعتمدناها جميعاً في التقديم.

-عملية؛ تؤكد على المشاريع التي تنفع الأمة في ميادين الحياة، وتدعو المتلقين إلى العمل الصالح، إذ يزن الإسلام قيمة الإنسان بعمله الصالح، الهادف، المبني على علم وتخطيط، والمتوافق مع مقدرة الإنسان، والصادر عن إرادة خيرة.

-شاملة؛ لا تستثنى من نشاطها أي فرد من المجتمع الإنساني، وذلك ينسجم مع إقرار الشريعة للحقوق الأساسية ومنها حق التعلم والتربية والإعلام والتعبير.

-واقعية؛ تتعامل مع الواقع من غير انحدار، ولا مثالية مفرطة، وتتعامل مع المتلقي من حيث كونه إنساناً، ليس ملاكاً مفطوراً على الطاعة، ولا شيطاناً مصراً على المعصية، بل هو عرضة للخطأ والرجوع عنه، وللذنب والتوبة منه، والإساءة والإحسان، إلا أنها تسعى إلى تنمية جانب الخير فيه، وتنقيته من دوافع الشر التي تعتريه.

-معتدلة، تقصد الوسطية في بنائها، من غير إفراط ولا تفريط، وتحث المتلقين على ذلك، فهم يتمتعون بكامل حقوقهم وكامل حرياتهم ولكن دون تجاوز على حدود الله أو حقوق الآخرين ولا مصادرة لحرياتهم، يشبع غرائزه بطرق مشروعة، دونما كبت لها أو تضحية بها، أو اندفاع يؤدي إلى العبودية للشهوات والغرائز.

-منفتحة؛ تعمل على أساس أن العطاء الحضاري والإنجاز العلمي والتفجر المعرفي، ملك لبني الإنسان في أي زمان ومكان، ولا تتوانى عن الاقتباس من الآخرين فيما أنجزوه وأبدعوه، ولا تحول دون الاقتباس عن إنجازاتها، مع مراعاة الترشيد الذي يستقبل ما هو صالح، ويرفض ما دون سواه.

-متوازنة؛ فهي تسعى إلى بناء شخصية إسلامية متكاملة ومتوازنة ومنتجة، فالتوازن من أسس التنمية الموضوعية للفرد، والشرع أقام الحياة على التوازن وذلك يكون بمراعاة المبادئ الآتية:

١-مبدأ التكاملية في مراعاة متطلبات المتلقي وإشباعاته واحتياجاته، فلا يغلب

الجانب الروحي على حساب متطلبات الجسد، ولا العكس، وتهتم بتوفير متطلبات الدنيا ومتطلبات الآخرة، ولا تنغلق على تقديم معارف وإهمال معلومات نافعة أخرى.

٢-مبدأ التوازن بين ميول المتلقي وحاجاته، والبيئة الطبيعية والاجتماعية التي يعيش فيها، ويتعامل معها لاكتساب معارفه وخبراته واتجاهاته، وكذا التوازن بين التوجه الاستهلاكي -سواء للفرد أو للجماعة- والعطاء الإنتاجي.

٣-مبدأ مراعاة الفروق الفردية في مدارك المتلقين وقدراتهم، ومراعاة الاختلافات والتباين بين المجتمعات والبيئات التي تغطيها وسائل الإعلام، فما يتلاءم مع بيئة قد يتنافر في أخرى، وحدثوا الناس بما يعقلون أتحبون أن يُكَذَّبَ اللهُ ورسولُه.

٤-مبدأ مسايرة التطور والتغيرات التي تشهدها وسائل الاتصال الحديثة أو المجتمعات، واستنباط الضوابط والسلوكيات التي تعين المتلقي والمتصفح في توظيف التقنيات والمستجدات، وتعصمه من الانحراف أو التيه في عالمها الواسع والمغري... وغيرها من المبادئ.

إن هذا الكتاب:

الذي يسعى أصحابه جاهدين ومثابرين إلى معالجة المسؤوليات الإعلامية، ما هو إلا امتداد للصحوة الإسلامية التي تشهدها وسائلنا الإعلامية، كما أنه أحد ثمرات المؤتمر العلمي الثالث للإعلام الإسلامي في العراق، الذي عقد مستظلاً ومسترشداً بقول الله تعالى: ﴿ وَقِفُوهُمْ إِنَّهُم مَّسْـُٔولُونَ ﴿٢٤﴾ ﴾ [الصافات: ٢٤]، وقوله تعالى: ﴿ فَوَرَبِّكَ لَنَسْـَٔلَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ ﴿٩٢﴾ عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٣﴾ ﴾ [الحجر: ٩٢ – ٩٣] وقول رسوله عليه الصلاة والسلام: (كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته) متفق عليه، وتحت شعار (الإعلام ومسؤولياته التربوية والأخلاقية والاجتماعية

تجاه المجتمع الإسلامي)، وتولت رعايته الرابطة الإسلامية للإعلام في العراق وبالتعاون مع مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي وجمعية الباحثين والتدريسيين الجامعيين وباستضافة كريمة من عمادة كلية الشريعة في الجامعة الإسلامية بتأريخ ٤/ ١/ ٢٠١١ في بغداد السلام.

وقد استقطب المؤتمر بفضل الله تعالى عدداً من الباحثين والمهتمين بالشأن الإسلامي، ذوي اختصاصات علمية متنوعة أبرزها: العلوم الإسلامية، وعلوم الاتصال والإعلام، وعلم التربية، وتمت فيه دراسة المسؤوليات الإعلامية، وهي بلاشك واسعة ومتعددة، ولكننا اقتصرنا في هذا المؤتمر على البحث في ثلاثة أنواع من المسؤوليات الكبيرة التي تقع على عاتق وسائل الإعلام، ولها تأثير شديد وعميق في إعداد الإنسان الصالح المصلح وبناء المجتمع الفاضل:

- فأما النوع الاول فيتعلق بالمسؤولية التربوية للإعلام الإسلامي أو ما اصطلح عليه (التربية الإعلامية).

-وأماالنوع الثاني فيتعلق بالمسؤولية الاجتماعية.

في حين اهتم النوع الثالث بالمسؤولية الأخلاقية للإعلام أو بأخلاقيات الإعلام الإسلامي[1].

وقد خرج المشاركون في هذا المؤتمر بعدد من النتائج والاستنتاجات والتوصيات، سأكتفي بإيراد أبرزها لتكون مدخلاً وتقديماً لهذا الكتاب.

فمن نتائج بحوث المؤتمر واستنتاجاته:

١-أن الإعلام بدون مسؤولية تربوية وأخلاقية واجتماعية يصبح معول هدم

---

(١) سيضم هذا الكتاب بحوث المسؤولية التربوية والاجتماعية، وأفردنا المسؤولية الأخلاقية في كتاب مستقل.

للشخصية الفردية وللمجتمع باكمله.

٢-أن مصدر المسؤوليات في الإعلام الإسلامي هو كتاب الله وسنة رسوله عليه الصلاة والسلام.

٣-أن الإسلام يعد المسؤولية واجباً يقابل حق السيادة الذي منحه الله تعالى وأقره الشرع والمجتمع للإنسان، ولذا فهو يتصرف على وفق منهج الله.

٤-يجمع الباحثون والخبراء في علم النفس والاجتماع، المتخصصون في مجال وسائل الإعلام الجماهيرية، على أن الأطفال هم أكثر الفئات تأثراً ببرامج التلفزيون، فالتلفزيون للصغار يمثل شيئاً قريباً وبسيطاً ومدهشاً، أمابالنسبة للأطفال الأكبر سناً فهو صديق من نوع ما، وهو زميل يساعدهم وينصحهم وفي الوقت نفسه لا يمكن أن يكون مملاً اطلاقاً، وبالنسبة للأحداث هو مستشار ومصدر للمعرفة ودليل ومرشد في مجالات الحياة التي لم تعرف بعد.

٥-اتخذت البرامج الدينية أشكالاً ونماذج في العرض والتقديم بأفكار مستحدثة ومبتكرة في الإنتاج البرامجي، تميزت في قدرتها على زيادة الوعي الديني بين الجمهور المسلم، وعملت على تجذير قيم وأنماط سلوكية في المجتمع بما ينسجم وتعاليم الإسلام وقيمه وشرائعه، وساهمت في تثقيف الجمهور وصناعة جيل من الشباب الواعي والملتزم بعقيدة التوحيد والمتمسك بقيمه الأصيلة، وتمكن العديد من القائمين عليها من كسب ثقة الجمهور المسلم، وإعجابه بما قدم من معلومات وشرح لموضوعات كان الإنسان المسلم بأمس الحاجة إليها.

٦-بعض الفضائيات العربية تتعاطى مع الإسلام على أنه تراث ومسألة تراثية ليست لها علاقة بواقعنا اليوم، بل تتعرض لجوانب إسلامية أو عقائدية عدة وإظهارها بالمظهر السيئ وغير الملائم، كالإشارة الواضحة إلى قسوة المسلم الملتزم بدينه، أو تشويه صور العلماء والدعاة بإظهارهم بمظهر مثير للسخرية أو مهتم

بامتصاص منافع الناس، وهذا يحصل في الدراما العربية بشكل عام.

٧-الكثير من الفضائيات العربية اليوم مهتم بتسطيح وتهميش فكر المشاهد العربي وذوقه، وذلك بمتابعة قضايا ليست بذات بال أو أهمية في حياته اليومية، وأن ذلك يأتي على حساب ترك القضايا المصيرية الكبرى التي تعيشها الأمة، متمثلة في التحدي المعادي لحضارتها وشريعتها وقيمها، بل باستهدافها الواضح والمعلن فكرياً وعسكرياً واقتصادياً واجتماعياً.

٨-ضرورة التحرك السياسي للإسلاميين لصناعة رأي عام داخلي وخارجي لمناصرة قضايا الأمة، وتعديل اتجاهات الرأي العام السائد، والتأكيد على حسن اختيار من يؤدي هذه المهمة، وحث القائمين على وسائل الإعلام المختلفة على التأسي بمنهج النبي ﷺ في التعامل مع موضوع الرأي العام، فقد حرص النبي عليه الصلاة والسلام على تنشئة وإيجاد رأي عام سليم داخلي وخارجي، وأمده بالقدرة على ذلك، من خلال عرض الحقائق الثابتة أمامه، وإمداده بالمعلومات الصحيحة التي تساعده على تكوين رأي عام صائب، كما أنه ﷺ نظر إلى الرأي العام السائد، فعمل على تصحيحه وتغيير اتجاهاته إلى الوجهة الحق.

٩-في ظل مشاريع تفتيت الامة وتمزيقها فإن المهمة العليا لوسائل الإعلام العربية والإسلامية هي العمل على الجمع والتآلف وتضييق شقّة الخلافات بين المتنافرين، ونزع فتيل الفرقة والعداوة والبغضاء بينهم، التي يدعمها بلاشك اعداء الإسلام وبضمنهم من هم من ابناء جلدتنا.

١٠-تأسيس قناعات عقائدية وفكرية ترتقي بالوعي لدى المجتمع وتؤكد أهمية الترابط التكاملي بين التربية ووسائل الإعلام، وبين المجتمع ووسائل الإعلام، وبين الاخلاق والإعلام.

وأما أبرز التوصيات فكانت:

١-دعم القنوات الفضائية ذات الخط الإسلامي المعتدل والمتوازن وتفعيل ما هو موجود من قنوات وتوسيعها وتحسين أدائها.

٢-من واجب القائمين على القنوات الفضائية الإسلامية انتهاز الفرص السانحة التي يُقبل فيها الرأي العام على القنوات الإسلامية، والسعي إلى تقديم المواد ذات الصلة بمهنية عالية واحترافية قدر المستطاع، لرسم صورة ذهنية طيبة عند المشاهِد والمتابع للقنوات الإسلامية في أثناء الحدث وبعده.

٣-تواصل الاهتمام ببرامج الشباب التوجيهية وإيجاد بدائل مشوقة ومناسبة لبرامج الأطفال، تربطهم بتاريخهم وتراثهم الأصيل، وتنقل إليهم حب الإسلام وحب الله ورسوله العظيم، مع مراعاة جانبي الشد والتشويق وحتى التسلية المباحة في ذلك.

٤-إعداد الخطط الاستراتيجية البناءة التي تستثمر تزايد متابعي ومشاهدي القنوات الفضائية ومتصفحي المواقع الالكترونية، وجذبهم لصالح الأمة، وللحفاظ على الهوية العربية والإسلامية، فالدخول في حلبة المنافسة لجذب أكبر عدد ممكن من متابعي الفضائيات ذات الطرح الغربي المتعولم ضروريٌّ في وقتنا الحاضر، ولن تقف في طريق المحاولة قلة الإمكانات المادية والتقنية والمهارية، وعدم وجود دعم حكومي في أغلب البلدان العربية والإسلامية لتلك القنوات الناشرة للفضيلة والقيم والأخلاق.

٥-الاهتمام ببحوث الرأي العام في القنوات الفضائية الإسلامية، للعمل على تطوير الصورة الذهنية لدى الرأي العام، سواء في داخل المجتمعات العربية أو الدولية، مع الإكثار من استطلاعات الرأي لمعرفة مدى التقدم والتطور في هذه المؤسسات الإعلامية.

٦-تفعيل الرقابة الإعلامية في القنوات الإسلامية للحفاظ على قيم، وعادات، وتقاليد، وثوابت، وعقائد المجتمع العربي والإسلامي، وتعمل على حجب بعض الرسائل ذات المعاني المنافية لديننا الحنيف ولأخلاقنا وعاداتنا، وتعديل رسائل أخرى لتصبح ملائمة لمجتمعاتنا، وكذا التأثير على بعض وسائل الإعلام الأخرى، بالتنبيه على عرضها وتبنيها لأفكار بعض الكُتَّاب الهدامة، وتحذير المتابعين منها.

٧-الاهتمام بالرسائل المستترة في المواد الإعلامية من خلال إنتاج أعمال إعلامية بديلة تحمل تأثيرات خفية تستند إلى ما في فكرنا التربوي من قيم على أن تكون بالمستوى نفسه من القوة والقدرة على الانتشار.

٨-دعم وتشجيع برامج الواقع ذات الطابع الإسلامي والتوسع في إنتاجها من قبل الفضائيات العربية والإسلامية، والعمل على تنويع أفكارها على وفق مقتضيات المرحلة ولمواجهة البرامج ذات الطابع الغربي، والتوسع في إنتاج برامج ذات طابع تنموي نهضوي تقوم بتغيير اهتمامات الجمهور العربي وبخاصة فئة الشباب وتوجيه أنظارهم إلى القضايا والمشاكل التي تواجه المجتمعات العربية.

٩-من واجبنا الإعلامي الذي فرضته الشريعة الإسلامية علينا طرح قضايا الأمة المصيرية وهموم المسلمين الحقيقية ومشاكلهم بعيداً عن الإثارة أو الانفعالية، ومنها الدفاع عن صورة المرأة المسلمة وعن الأسرة وإظهارها إعلامياً بالمكانة التي وضعها الإسلام فيها، والتحذير من البرامج المسيئة للمرأة المسلمة في وسائل الإعلام العربية والسعي الجاد لمنعها.

١٠-الاهتمام بنظرية صنع النجوم، وقد أثبت عدد من الشخصيات الإسلامية أنها تحظى بأرقام كبيرة في نسب المشاهدين، ومن المؤكد أن ذلك سيتمخض عن تغيير بوصلة قادة الرأي والفكر من العلمانيين إلى الإسلاميين.

١١-إعداد الإعلاميين لأداء العملية التربوية؛ إذ لا يكفي أن يُتقن الإعلاميون

مهارات العمل الإعلامي، دون أن تتسق مع قيم وأهداف المجتمع المعلنة في سياسته المكتوبة، وتحقق المشاركة بينهم وبين التربويين، لاسيما في هذا الزمن، الذي بدأت فيه الانحرافات الفكرية داخليًّا وخارجيًّا، وما نجم عنها من اضطرابات، تحاول أن تُخِلّ بوظائف المؤسسات الإعلامية والتربوية، في تأمين حاجات الأفراد مثل: الحاجة إلى الأمن الاجتماعي، والحاجة إلى سلوك تربوي رشيد، والحاجة إلى إعلام متوازن.

١٢-تزامناً مع التوسع في افتتاح كليات الإعلام في الجامعات لابد من السعي الجاد إلى اعتماد تدريس مادة الإعلام الإسلامي في أقسام وكليات الإعلام، والعمل على تخريج نخبة من الإعلاميين الدعاة القادرين على إعداد وتقديم برامج دينية تتفق وأسلوب عصر المعلومات، وفي المقابل نوصي الدراسات الإنسانية باعتماد مادة التربية الإعلامية إحدى مفردات مناهجها الدراسية.

١٣-على المؤسسات الأكاديمية -جامعات أو كليات إعلامية- أن تولي اهتماماً متزايداً بموضوع أخلاقيات الإعلام الإسلامي ومفهوم التربية الإعلامية، بجعلهما إحدى مفردات المناهج الدراسية، وحث طلبة الدراسات العليا على اختيارهما موضوعاً لرسائلهم العلمية لاسيما التجريبية منها، وإقامة الندوات والمؤتمرات العلمية لمعالجة قضايا المسؤولية الأخلاقية ومشكلاتها في وسائل الإعلام.

١٤-وضع برامج ودورات علمية شرعية للعاملين في الإعلام، وتقوم هذه الدورات بتدريس مفردات تتعلق بمدخل الشريعة ومقاصدها، والنظم الإسلامية، وخصائص التشريع وأدلته وقواعده الكلية، فضلاً عن دورات في علوم الاجتماع والنفس والتربية القائمة على أسس إسلامية.

١٥-الدعم المادي والعلمي والمعنوي لإنتاج البرامج التعليمية الجادة لجميع أفراد المجتمع وشرائحه من الأطفال والناشئة والشباب والنساء وغيرهم، إضافة إلى

إعداد برامج إعلامية تقدم دورات تدريبية في فنون التربية الإسلامية الصحيحة وعلاقة أفراد المجتمع جميعاً بذلك، مع الحرص على تكاملية المحتوى وجودة الأداء المهني والفني.

١٦-تكوين مؤسسات أو فرق عمل للإعلام التربوي في كل إدارة تعليمية تتولى المسؤولية الملقاة على عاتقها في إقامة علاقات عامة ومتابعة المشاريع والتجارب والأعمال الابداعية فيها، وتقويمها ودعمها، وكذلك إنشاء مؤسسات مجتمع مدني مختصة بالإعلام التربوي.

١٧-ضرورة التفكير الجاد بإنشاء قمر اصطناعي إسلامي لمواكبة عالمية الإعلام وضرورة مواءمة عالمية الدين الإسلامي، ومواجهة أشكال الظلم والإجحاف التي تلحق بالمسلمين في العالم.

١٨-اعتماد ميثاق البصيرة للإعلام الإسلامي من قبل المؤسسات الإعلامية والترويج له، سعياً إلى معالجة القصور الذي تم تشخيصه في المواثيق السابقة، واستيعاباً للتطورالكبير في وسائل الإعلام.

وفي الختام نسجل شكرنا لكل من بذل جهداً طيباً لرعاية المؤتمر أو المشاركة فيه، ولمن بذل جهداً لإخراج هذا الكتاب على أفضل ما يكون.

اللَّهُمَّ عليك توكلنا وإليك أنبنا وإليك المصير.

اللَّهُمَّ وفقنا لما تحب وترضى، وانصر الإسلام والمسلمين، برحمتك يا أرحم الراحمين.

بغداد دار السلام

١٤٣٢ هـ - ٢٠١١ م

كلمات إفتتاحية

بسم الله الرحمن الرحيم

كلمة الرابطة الإسلامية للإعلام في العراق

الدكتور طه الزيدي

رئيس الرابطة الإسلامية للإعلام

الأستاذ الدكتور عبد المنعم خليل الهيتي عميد كلية الشريعة المحترم.

الاخوة الأفاضل من تدريسيين وباحثين وإعلاميين.

الحضور الكرام .

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه... أمابعد:

فقد استوقفني من مفردات هذا المؤتمر الإعلامي مفهوم التربية الإعلامية أو المسؤولية التربوية للإعلام فتذكرت موقفاً تربوياً حدث قبل سنوات إذ سُئِلَت طفلة روسية عن أفراد أسرتها، فأجابت: افراد اسرتي هم أمي وأبي وجدتي والتلفزيون.

وحسبنا بهذه قصة إدراكاً لمكانة التلفزيون وتأثيره التربوي على الأسرة والمجتمع ولاسيما الأطفال.

ولمعالجة هذا الجانب عقد قبل سنوات مؤتمر علمي في إحدى دول الخليج العربي تحت شعار تضمن تساؤلاً كبيراً: ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟! وأرجو في هذا المؤتمر أن نكامله: وماذا يريد الإعلاميون من التربويين؟ وصولاً

إلى تحقيق المسؤولية الأخلاقية والتربوية للإعلام تجاه المجتمع.

وذلك إيماناً منا بأن الإعلام والتربية والتعليم والأخلاق يكامل أحدها الآخر، وهذا التكامل يقتضي إدراك الوظيفة التربوية والتعليمية والأخلاقية للإعلام، وتأثير ذلك على المجتمع من أجل بنائه وإصلاحه، وهذه مسؤولية تلزم الإعلام والتربية – أفراداً ومؤسسات- القيام بها ولا يتنصلان عنها وإلقاء كل واحد منهما التبعية على الآخر. جاء في الصحيحين عن رسول الله عليه الصلاة والسلام قال: (كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته).

أيها الأخوة والأخوات:

ليس هنالك خلاف حول أهمية الإعلام ودوره المؤثر في الأسرة والمجتمع فقد أصبحت وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر المعلومات، وموجّهاً قوياً لسلوك كثير من أفراد الجمهور، وتنامي دورها في التأثير وفي تشكيل الرأي العام والقدرة على الإقناع والتغيير. ومع تقدم المجتمعات وتحضرها، يزداد تعقدها واندماج وسائل الإعلام فيها، حتى أصبحت وسائل الإعلام جزءاً لا ينفصم من المجتمع، لاسيما في الأزمات والأحداث الساخنة، وأصبحت معلومات وسائل الإعلام، وتحليلاتها ذات أهمية كبيرة وقيمة متزايدة في المجتمعات وفي تنميتها، ومما ساعد على الإقبال المتزايد على وسائل الإعلام النقل المباشر والحي للأحداث، وسهولة وصول المتلقي إليها، وفي ظل التطور الواسع لها تنوعت الوظائف التي تقدمها في مجتمعاتنا الإسلامية ومنها الوظيفة الدعوية والتربوية التنموية التي ترمي إلى بناء الشخصية الإسلامية، المتوازنة المفكرة والمبدعة والقوية، وبناء المجتمع المتماسك والمتكامل، وتعميق الشعور الإنساني تجاه الآخرين، ومناصرة المستضعفين، وترمي إلى الارتقاء باهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم، وتزويدهم بعلوم الشريعة وغيرها من العلوم النافعة، وإشاعة المفاهيم الإسلامية بمبادئها السامية وقيمها الرفيعة، وغرس المعاني التربوية والأخلاقية التي جاءت بها

الشريعة الإسلامية لبناء جيل إيماني قادر على النهوض برسالة الإسلام.

وبالمقابل فإنه ليس هنالك جدل في أهمية التربية والتعليم ودورهما الفاعل والمؤثر في بناء الأجيال، ولأهمية المؤسسات التربوية والتعليمية فإننا نجد الإسلام يهدف من خلالها إلى تحقيق عدد من الأهداف الاجتماعية كما يراها التربويون والتي يمكن إجمالها في: بناء مجتمع إسلامي فاضل متماسك يقوم على أساس من مبادئ الدين والأخلاق، ويتحقق في ظله العدل وتكافؤ الفرص والتقارب والتماسك والتعاون بين فئات المجتمع وأفراده، وتتقارب فيه الشقة بين التقدم العلمي والواقع الاجتماعي، ويحافظ فيه على القيم الاجتماعية الإيجابية الصالحة ويعمل على تجديدها وتطويرها بما يتناسب مع روح العصر، ويقضي فيه على مظاهر التخلف الاجتماعي والثقافي، والسعي الجاد إلى جعله مجتمعاً قوياً موحداً في صفوفه، يسوده الوفاق والوئام والانسجام والتسامح والشعور بالولاء للدين والأمة، والاعتزاز بهما، والدفاع عنهما ضد كل صور العدوان والغزو.

أيها الحضور الافاضل:

الإعلام أصبح موجهاً ومرشداً ومقوماً ومنمياً للشخصية، وأصبح جزءاً مهماً في مجتمعاتنا ولايمكن أن نحل الاشكاليات المصاحبة لوسائله بأن نلعنه أو نحرمه، ولا أن نهمله أو نتجاهله فيغرقنا طوفانه.

ونحن اليوم بأمس الحاجة إليه ولاسيما أن الأمة تعيش صفحة متجددة من صفحات الصراع الحضاري ومعركة وجود وهوية وعقيدة، ما دام الاختلاف بين الأمم قائماً: ﴿ وَلَوْ شَآءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ ٱلنَّاسَ أُمَّةً وَٰحِدَةً وَلَا يَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ ﴿١١٨﴾ إِلَّا مَن رَّحِمَ رَبُّكَ وَلِذَٰلِكَ خَلَقَهُمْ ﴾ [هود: ١١٨ — ١١٩].

وأماعن طبيعته: ﴿ وَلَا يَزَالُونَ يُقَٰتِلُونَكُمْ حَتَّىٰ يَرُدُّوكُمْ عَن دِينِكُمْ إِنِ ٱسْتَطَٰعُوا۟ ﴾ [البقرة: ٢١٧].

وكنا نقول: إنها معركة عقيدة، فينكر علينا، ويصرح اليوم الآخرون بذلك على

لسان قادتهم وزعمائهم: إنها حرب أفكار.

فهذه هي حقيقة المعركة وطبيعتها، ولكن ما هي أدواتها ووسائلها وما هو أمضى أسلحتها، وقد نجيب بلغة الواقع والمتبادر في الصراع (الجيوش بأسلحتها التقليدية والمتطورة) وهو قول محترم ولكن الله سبحانه أراد أن يرشدنا إلى سلاح قد نغفل عنه وله أثر شديد في حسم الحروب، يقول الله تعالى: ﴿ يُرِيدُونَ أَن يُطْفِـُٔوا نُورَ ٱللَّهِ بِأَفْوَٰهِهِمْ وَيَأْبَى ٱللَّهُ إِلَّآ أَن يُتِمَّ نُورَهُۥ وَلَوْ كَرِهَ ٱلْكَـٰفِرُونَ ﴿٣٢﴾ ﴾ [التوبة: ٣٢]، ... فلم يقل الخبير الحكيم: بأيديهم وهي مظنة القوة والبطش، ولم يقل بعقولهم وهي مظنة قوة التخطيط والتدبير، ولم يقل بأموالهم وهي مظنة إعداد العدة، - مع تأكيدنا على أهمية ذلك كله- وإنما قال: بأفواههم، أي: بألسنتهم وهي مظنة الإعلام والإخبار، فالمعركة إذن إعلامية اتصالية، والصراع صراع أفكار ومعلوماتية، والحرب حرب نفسية، والقوة قوة دعائية.

والسؤال الذي يفرض نفسه - بعد أن علمنا طبيعة المعركة ووسائلها -... كيف نواجهها؟

يقول الله تعالى: ﴿ فَمَنِ ٱعْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ فَٱعْتَدُوا۟ عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا ٱعْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَٱعْلَمُوٓا۟ أَنَّ ٱللَّهَ مَعَ ٱلْمُتَّقِينَ ﴾ [البقرة: ١٩٤].

ويقول سبحانه: ﴿ وَقَـٰتِلُوا۟ ٱلْمُشْرِكِينَ كَآفَّةً كَمَا يُقَـٰتِلُونَكُمْ كَآفَّةً ۚ وَٱعْلَمُوٓا۟ أَنَّ ٱللَّهَ مَعَ ٱلْمُتَّقِينَ ﴾ [التوبة: ٣٦].

فالآخرون وظفوا الإعلام في صراعهم معنا ليس في حروبهم المباشرة فحسب وإنما في غزوهم الفكري وعدوانهم الثقافي وصراعهم الحضاري وحربهم النفسية، (إذا كان المال قوتنا الأولى فلتكن الصحافة قوتنا الثانية) بل وظفوا التشويش لصرف الناس عن الحق الذي ندعو إليه في وسائلنا الدعوية والإعلامية وقد حذرنا القرآن من التشويش الإعلامي الذي يمارسه الآخرون علينا: ﴿ وَقَالَ ٱلَّذِينَ

كَفَرُواْ لَا تَسْمَعُواْ لِهَٰذَا ٱلْقُرْءَانِ وَٱلْغَوْاْ فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ ﴿٢٦﴾ ﴾ [فصلت: ٢٦].

وحينما تخلصت أمتنا في منتصف القرن العشرين من الوجود العسكري لقوى الاستعمار والاستكبار، غفلنا عن حقيقة الصراع وطبيعته، فوقعت أمتنا أسيرة وأصبحت ذليلة منقادة للغرب الذي فرض عليها هيمنته الإعلامية، أماعن طريق التبعية الإعلامية لوكالاته الأخبارية ومواده الإنتاجية وأساليبه الأكاديمية، أو عن طريق اختراقه لوسائل إعلامنا، وصدق من قال: إنه لا يحق لدولة أن تدعي أنها مستقلة إذا كانت وسائلها الإعلامية تحت سيطرة أجنبية – بصورة مباشرة أو غير مباشرة – إذ ظهر بوضوح أنه لا يمكن أن يقوم استقلال حقيقي وشامل من دون وجود وسائل اتصال مستقلة تكون قادرة على حماية هذا الاستقلال وتعزيزه.

وما زلت أتذكر مقولة لأحد القساوسة وهو يناظر الداعية الكبير أحمد ديدات -رحمه الله- يقول هذا القس: إن منعت من دخول مكة فسأدخلها عبر شاشات التلفزيون.

فتحقيق الاستقلالية الإعلامية يكون بسبيلين يكامل أحدهما الآخر:

الأول: اعتلاء ناصية الإعلام وبناء مشاريع إعلامية إسلامية ملتزمة ومتمكنة -وقد شرع المسلمون فيه بحمد الله-.

والثاني: التأصيل الجاد للمسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للإعلام، وللمسؤولية التربوية للإعلام أو ما اصطلح عليه التربية الإعلامية، ومن ثم تقديم برامج عملية لتغذية مؤسساتنا بها ولرفد المجتمع بتأثيراتها الإيجابية، وهذا ما نسعى إليه في هذا المؤتمر العلمي بإذن الله.

أيها الأخوة: لا ينبغي أن نغفل عن أصل الصراع والعدو الأول للمسلمين: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱدْخُلُواْ فِى ٱلسِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيْطَٰنِ ۚ إِنَّهُۥ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾ ﴾ البقرة: ٢٠٨، وهو الذي يخاطب الله تعالى: ﴿ قَالَ رَبِّ

﴿فَأَنظِرْنِيٓ إِلَىٰ يَوْمِ يُبْعَثُونَ ﴿٧٩﴾ قَالَ فَإِنَّكَ مِنَ ٱلْمُنظَرِينَ ﴿٨٠﴾ إِلَىٰ يَوْمِ ٱلْوَقْتِ ٱلْمَعْلُومِ ﴿٨١﴾ قَالَ فَبِعِزَّتِكَ لَأُغْوِيَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ ﴿٨٢﴾ إِلَّا عِبَادَكَ مِنْهُمُ ٱلْمُخْلَصِينَ ﴿٨٣﴾﴾ [ص: ٧٩ – ٨٣]، فحذرنا سبحانه: ﴿يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُوا۟ مِمَّا فِى ٱلْأَرْضِ حَلَٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا۟ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيْطَٰنِ ۚ إِنَّهُۥ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾ إِنَّمَا يَأْمُرُكُم بِٱلسُّوٓءِ وَٱلْفَحْشَآءِ وَأَن تَقُولُوا۟ عَلَى ٱللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٦٩﴾﴾ [البقرة: ١٦٨ – ١٦٩]، ويرشدنا رسول الله إلى أدق ميادين الصراع بيننا وبين الشيطان، روى الإمام مسلم في صحيحه قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: «إذا دخل الرجل بيته فذكر الله عند دخوله وعند طعامه، قال الشيطان: لا مبيت لكم ولاطعام، وإذا دخل ولم يذكر الله عند دخوله: قال الشيطان: أدركتم المبيت، فاذا لم يذكر الله عند طعامه، قال: أدركتم المبيت والعشاء» بل يهاجمنا في ساحة أكثر خصوصية، ففي صحيحي البخاري ومسلم، عن رسول الله عليه الصلاة والسلام قال: «لو أن أحدكم يقول حين يأتي أهله: بسم الله اللّٰهُمَّ جنبني الشيطان وجنب الشيطان ما رزقتنا، ثمّ قدر بينهما في ذلك ولد، لم يضره شيطان أبداً» فنحن إن غفلنا عن هذه الأدعية فقد شاركنا الشيطان في أولادنا وطعامنا ومساكننا، أي: أصبح لهذا العدو موطئ قدم في بيوتنا وممتلكاتنا، وهكذا إن غفلنا عن مراقبة التلفزيون والأقراص المدمجة والجوال والانترنت في بيوتنا فقد أذنا لأعدائنا -أولياء الشيطان- أن يستبيحوا أعراضنا ويستعبدوا أولادنا، وأن ينظموا حياتنا وأفكارنا، ويمسخوا هويتنا، ويحددوا لنا قيمنا ومعتقداتنا، وأن يكون لهم النصيب الأوفر في تربية ابنائنا وتوجيههم، وكل ذلك على وفق ما يريدون اتباعاً لملتهم.

أيها الاخوة والاخوات:

إن الأمر عظيم والخطر جسيم والوقت يمضي من حياتنا، فعلينا بالمبادرة للحد من ذلك على وفق قدراتنا: ﴿فَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ مَا ٱسْتَطَعْتُمْ﴾ [التغابن: ١٦]، و﴿لَا يُكَلِّفُ ٱللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا ٱكْتَسَبَتْ﴾ [البقرة: ٢٨٦]، وكما قيل: ما

لا يدرك كله لا يترك جله.

وفي الختام لا يستصغرن أحدنا جهده في هذا الأمر، ولنتأس بكائنات حية صغيرة بأبدانها ولكنها عظيمة بأفكارها وكبيرة بهممها وغيرتها، لنتأس بهمة الهدهد وسبقه الصحفي الإيجابي: ﴿ فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطتُ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِۦ وَجِئْتُكَ مِن سَبَإٍ بِنَبَإٍ يَقِينٍ ﴿٢٢﴾ ﴾ [النمل: ٢٢]، فكان سبباً في هداية مملكة سبأ بأكملها.

ولنتعظ بغيرة نملة وقوة خطابها الجماهيري المؤثر: ﴿ حَتَّىٰٓ إِذَآ أَتَوْا۟ عَلَىٰ وَادِ ٱلنَّمْلِ قَالَتْ نَمْلَةٌ يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّمْلُ ٱدْخُلُوا۟ مَسَٰكِنَكُمْ لَا يَحْطِمَنَّكُمْ سُلَيْمَٰنُ وَجُنُودُهُۥ وَهُمْ لَا يَشْعُرُونَ ﴾ [النمل: ١٨].

وحذار حذار أن يسلك من لديه مادة صحفية ورسالة إعلامية ذات محتوى إسلامي يعرضها للناس، ولكنه لا يؤمن بها ولا يلتزمها، بل يعرض عنها ولا يعمل بها، فهذا مثله: ﴿ مَثَلُ ٱلَّذِينَ حُمِّلُوا۟ ٱلتَّوْرَىٰةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلِ ٱلْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًۢا ۚ بِئْسَ مَثَلُ ٱلْقَوْمِ ٱلَّذِينَ كَذَّبُوا۟ بِـَٔايَٰتِ ٱللَّهِ ۚ وَٱللَّهُ لَا يَهْدِى ٱلْقَوْمَ ٱلظَّٰلِمِينَ ﴿٥﴾ ﴾ [الجمعة: ٥].

أيها الحضور الكريم:

مع شدة الخطوب التي تواجهنا وكثرة التحديات والمصاعب التي تحيط بنا فإنني متفائل ومستبشر بأن التمكين للمسلمين قادم، والظهور الإعلامي لدين الله آتٍ، وعلو الرسالة الإعلامية للإسلام على رسائل التيارات الدينية والفكرية الأخرى متحقق باذن الله تعالى: ﴿ هُوَ ٱلَّذِىٓ أَرْسَلَ رَسُولَهُۥ بِٱلْهُدَىٰ وَدِينِ ٱلْحَقِّ لِيُظْهِرَهُۥ عَلَى ٱلدِّينِ كُلِّهِۦ ﴾ [الصف: ٩]، وقد كررها سبحانه في ثلاثة مواضع، في ثلاث سور (التوبة:٣٣، والفتح:٢٨، والصف:٩) وجميعها تتحدث عن القتال والرباط والتمكين. ولكن اين مكاننا في هذا الإنجاز؟

وهذه الجهود المبذولة في هذا المؤتمر وغيره من النشاطات تؤكد هذا التفاؤل

وترسخ هذا الاستبشار، وتحجز لنا مكاناً في قافلة التمكين، فجزى الله خيراً كل من بذل جهداً في هذا المؤتمر من الراعين له والقائمين عليه والمشاركين فيه.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

كلمة عمادة كلية الشريعة في الجامعة الإسلامية - بغداد

فضيلة الأستاذ الدكتور عبد المنعم خليل الهيتي

عميد كلية الشريعة في الجامعة الإسلامية

أيها الباحثون والتدريسيون والإعلاميون الكرام.

أيها الحضور الأفاضل.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

بسم الله تعالى وعلى بركته وفضله نبدأ مؤتمرنا الإعلامي هذا اليوم، محاولين كأساتذة وطلبة في العلوم الشرعية مع عدد من الباحثين في الإعلام وضع كثير من النقاط على الحروف، ومشخصين إجابات محددة على أسئلة مهمة تبرز في حياة المسلم المعاصرة، ونتقدم سلفاً بابداءارتياح كليتنا على التعاون المثمر مع الجهات الإعلامية المنظمة للمؤتمر؛ لكونها تهدف إلى إثارة قضايا مهمة يتكاتف الإعلام مع علوم الشريعة الإسلامية الغراء على إيجاد الحلول الناجعة لها.

إن علماءنا الأفاضل ألفّوا الأسفار الضخمة والمهمة لبيان مسؤولية المسلم تجاه دينه وعقيدته ومجتمعه، ولن تخرج هذه الجهود قطعاً عن مسؤوليته الإعلامية خاصة وقد اتضح خطر الإعلام وعلاقته الكبيرة في صلاح الإنسان ومجتمعه، ومدى مساهمته في خدمة دينه وبلده.

إن أعداء الأمة يجب أن يواجهوا سلاحاً يليق بأمة حية تستمد حياتها من القرآن والسنة وانجازات علماء شريعتنا الغراء، وهي تثبت للجميع أنها منهج رباني يصلح لكل زمان ومكان، وهو التوجه الديني والاعتقادي الذي يبرزه ويروج له الإعلام الهادف المسؤول، فقد كانت نتيجة ابتعاد الأمة عن أداء دورها العلمي

الشرعي والإعلامي معاً هو هذا الحال الذي تعيشه الأمة اليوم من حالات انكسار وهزائم متواصلة، في ظل أوضاع شاذة صارت تحكم مسيرة صراع الأمم في هذه الحياة، وجرت محاولات مختلفة لتعميم هذه الحالات على الأمة كلها، على صور أهمها الرضا بواقع القبول بالهزيمة.

وتعد قضية إعادة المسلمين لمجدهم بمثابة الفرصة السانحة للإعلاميين، فهي تجري في عروق أبناء الأمة، مع تقادم الزمن عليها، فاستغلالها لاجتماع الأمة وتوحيدها هو أمر بالغ الأهمية، فبها يجتمع للإعلاميين -وخاصة الإسلاميين- أمر الدعوة إلى الله سبحانه، وكذلك جمع الأمة التي مزَّقتها الأزمات والتشرذمات والأهواء بعد سقوط الخلافة.

وتقع على وسائل الإعلام عامة والإسلامية تحديداً مسؤولية الأخذ بتلك القاعدة، وإبراز الهوية الإسلامية في كافة الرسائل الإعلامية، وغرز الهوية الإسلامية في نفوس الصغار قبل الكبار، وضرورة الاعتزاز بتلك الهوية، ولا يتأتى ذلك إلا بالعلم والمعرفة والاطلاع، وتنقية ديننا الحنيف من الكسل والتواكل والخمول انطلاقاً إلى قمم المجد حتى نبلغ أعظمها.

فالمطلوب منا جميعاً الاهتمام بوسائل الإعلام التثقيفية التي لا تفتقر إلى الإمتاع الهادف، وإيجاد بدائل مشوقة ومناسبة للبرامج التي لا تخدم ديننا، فنخدم أفراد المجتمع ونربطهم بتاريخهم وتراثهم الأصيل، وننقل إليهم حب الإسلام وحب الله تعالى ورسوله ﷺ.

ومن صلب عمل الإعلام الإسلامي نشر الدعوة الإسلامية، والرد والتصدي للحملات العدائية والتشويه التي يتعرض لها الإسلام والمسلمون.

وأخيراً فإن لوسائل الإعلام بشكل عام دوراً كبيراً في تكوين الإنسان وتوجيه ميوله وتنمية مواهبه، وتبرز واضحة قوة التأثير المباشرة وغير المباشرة الذي تمارسه

هذه الوسائل على المجتمع بل هي لا تقل خطورة عن الدورالذي يمارسه الأشخاص والمؤسسات مثل الوالدين والأسرة والمدرسة والمسجد ومنظمات الأطفال والشباب، ومن هذا المنطلق نقف جنباً إلى جنب مع كل عمل إعلامي رصين هدفه إبراز قيم إسلامنا الحنيف، ونشر دعوته في كل العالم.

نسأل الله تعالى أن يوفق الجميع لخدمة الإسلام والمسلمين، والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

كلمة عمادة كلية الإعلام في الجامعة الإسلامية – بغداد

موجبات الخطاب الإعلامي في ترسيخ القيم الاجتماعية والإسلامية

الدكتور فاضل البدراني

رئيس قسم الصحافة – كلية الإعلام

الدكتور عبد المنعم الهيتي عميد كلية الشريعة المحترم.

الدكتور طه الزيدي رئيس الرابطة الإسلامية للإعلام المحترم.

الإخوة من الأساتذة والزملاء والباحثين والحضور الكرام.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

لقد اهتم فقهاء الاتصال بالوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، وحاولوا تحديد أدوار تلك الوسائل إزاء المجتمع، ورصد نتائج وتأثيرات هذه الأدوار، ووجد رولد لاسويل -وهو من أوائل علماء الاتصال الذين اهتموا بهذه الظاهرة- أن من بين وظائف وسائل الإعلام مراقبة البيئة الاجتماعية من خلال تجميع المعلومات وتوزيعها حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة، كما يرى أن لوسائل الإعلام مهمة أخرى هي زيادة ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة لتحديات البيئة المحيطة بهم، وبمعنى آخر خلق رأي عام وطني موحد يساعد الحكومة الديمقراطية للقيام بدورها، مثلما تتولى وسائل الإعلام عملية نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر. وتوصلت دراسات الإعلام الاجتماعي بأن ارتباطاً بين المنظومتين الإعلامية والاجتماعية له تداخل وثيق، وانبثقت عن ذلك عملية معرفية في نقل أنماط التفكير والمعرفة، ومن ثم ساهمت في إشاعة الثقافة الاجتماعية.

وفي الوقت نفسه الذي تؤثر فيه وسائل الإعلام على النظام الاجتماعي فإنها

تتأثر به خلال عملها الوظيفي، وهذا النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام يعدّ من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأيّ نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، وفي هذا الإطار تعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها في الحفاظ على القيم الاجتماعية السائدة.

ففي بعض الأحوال لا يقدم الإعلامي تغطية كاملة للأحداث بما يسمى بـ"السبق الصحفي" وذلك إحساساً بالمسؤولية الاجتماعية، أو رغبة منه في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده، وأحياناً تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون ببعض الادوار الاجتماعية والثقافية من أجل تدعيم البناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع وعدم خلخلة منظومته القيمية أو الأخلاقية.

وتصطدم وسائل الإعلام من خلال أدائها الوظيفي تجاه الأفراد والمجتمع ببعض العقبات أو المعدات التي تقلل من فاعليتها، هذه العقبات يطلق عليها في علم الاتصال بالعمليات الانتقائية.

من هنا يثبت للقائمين بمراقبة الأداء الإعلامي حيال المجتمع أن كثيراً من المنظمات الإعلامية تتبع خطوات تحاول من خلالها الحفاظ على الهوية الاجتماعية بما تحمله من تقاليد راسخة، وموروث اجتماعي، وهذه الإشكالية تندرج في إطار توجه الحفاظ على الهوية الاجتماعية الإسلامية لمجتمعاتنا.

ومن هنا تأتي أهمية انعقاد هذا المؤتمر العلمي الإعلامي، الذي عالج قضايا جوهرية فيما يخص التربية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام وللقائمين عليه.

نسأل الله تعالى أن يبارك هذه الجهود، ويوفق القائمين عليها والمشاركين فيها، والله ولي التوفيق.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

كلمة جمعية الباحثين والتدريسيين الجامعيين في العراق

الدكتور فراس محمد إبراهيم

نائب رئيس الجمعية

الدكتور عبد المنعم خليل الهيتي عميد كلية الشريعة المحترم.

الدكتور طه الزيدي رئيس الرابطة الإسلامية للإعلام المحترم.

الإخوة الباحثون والتدريسيون الافاضل .

الحضور الكرام .

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

مما لا خلاف فيه أن الإعلام المعاصر بكل أدواته ووسائله الحديثة، وتقنياته المتجددة، عنصر أساس وفاعل في نشر المعرفة الإنسانية ذات الصلة بجوانب النشاط السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي والتربوي، عبر الخبر، والتقرير، والتحقيق، والحوار، والمناقشة.

وهذا المزيج المتنوع من المنتج الإعلامي المعاصر متباين في درجة مصداقيته وموضوعيته، بل إنه مزيج يجمع بين الشيء ونقيضه، بين الغث والسمين، والصدق والكذب، والحق والباطل، والفضيلة والرذيلة، والعلم والجهل، ونحو ذلك من المتناقضات.

ولأنَّ المجتمع شديد التأثر بالإعلام، وسريع الاندفاع نحو الجديد دون فحصٍ أو تمحيص، فقد كان وقود هذا الإعلام، إذ غُذِّيت لديه نزعة التقليد، لكل المشاهد المرئية والمسموعة وحتى المقروءة من برامج منوعات ودراما وغير ذلك، وانطبعت

على سلوكيات أفراده ونمط حياتهم، وظهرت على سطح الحياة الاجتماعية، في صورة تعليقات غريبة، وتصرفات شائنة، وأفعالٍ شاذة، والأدهى من ذلك ما يتعلق بالمشاهد التي تُحَرِّض على بناء العلاقة غير السوية بين الرجل والمرأة، أو الشاب والفتاة، إذ انعكس إدمان بعض الشباب والناشئة من الجنسين على هذه النوعية من المشاهد، على حياتهم الواقعية من خلال محاولات التقليد، وبناء علاقات مشابهة، فأدخلوا أنفسهم ومجتمعهم في إشكالات أخلاقية واجتماعية وأُسرية، وعلى المستوى الكلي أسهمت هذه النوعية السيئة من البرامج في تأجيج النزعة الفوضوية والعبثية لدى الشباب والناشئة بكل أركان نظامهم الاجتماعي وقواعد النمو الاجتماعي المنضبط.

إزاء كل هذه النتائج الاجتماعية شديدة السلبية نسبياً على أركان النظام الاجتماعي الحاكم لكل التصرفات والسلوكيات داخل المجتمع، ندرك جميعاً مخاطر العمل الإعلامي إذا تحلَّل من التزاماته ومسؤولياته الأخلاقية، والتزم بمعايير نفعية استغلالية تستهدف تعظيم الربح المادي إلى أقصى درجة ممكنة، وتمرير ثقافة الفوضى الأخلاقية، وترسيخها بين شباب المجتمع وناشئته.

ولعل واجبات الإعلام وحدوده وقيوده ومسؤولياته الأخلاقية ظلت موضع نقاش في العديد من دول العالم على مختلف توجهاته السياسية، وهو النقاش الذي ظل يتصاعد، وتعقد من أجله الندوات والمؤتمرات، ومنها المؤتمر العلمي الثالث للإعلام الإسلامي في العراق، آملين أن تقدم بحوثه صورة واضحة لمسؤوليات الإعلام.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

كلمة مؤسسة الرائد الإعلامية

الإعلام الإسلامي يتقدم بثقة

الأستاذ إبراهيم الطائي

مدير مؤسسة الرائد الإعلامية

الأخوة الحضور الأكارم.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

منذ أن عرفنا الإعلام - بمصطلحاته الحديثة - ونحن - كتيار إسلامي - في عداء له، إذ إنه ولقرن من الزمن تقريباً كان حكراً على المستغربين من أبناء جلدتنا، واستخدم الإعلام بوسائله المختلفة - في الغالب - من صحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون ومسرح وسينما في الترويج لعادات وأخلاق الغرب ومهاجمة عاداتنا وأخلاقنا وديننا أحياناً، حتى إن هذه الوسائل - خلال عدة عقود - استطاعت أن تولد رأياً عاماً ضد التدين أو بعيداً عنه على أقل حدّ.

ثم تحركت الصحوة الإسلامية عن طريق المساجد والدعاة والكتب وبعض المجلات والأشرطة الصوتية، حتى أصبحت ظاهرة واسعة خلال الثمانينيات من القرن الماضي، وكانت مقاطعة وسائل الإعلام التقليدية إحدى أهم ثوابت هذه الصحوة.

وهنا أحب أن أشير إلى عدم قطعية النظرية القائلة: كيفما يكون الإعلام يكون الناس، فمن الممكن أن تظهر توجهات إصلاحية وسط إعلام فاسد وبالعكس، فمؤثرات الرأي العام أكثر بكثير من أن تحصر بعدة أدوات.

ولكن خلال هذه المرحلة بدأ التحرك في جانب الإعلام بثلاثة اتجاهات:

الأول: هو محاولة بعض هذه الوسائل التكيف مع المطلب الجماهيري الجديد ببث بعض البرامج الإسلامية.

الاتجاه الثاني: بدأ بعض الأشخاص من ذوي التوجهات الإسلامية دخول هذه الوسائل ومحاولة تغييرها أو التأثير فيها، أو إنشاء وسائل إعلامية خاصة وإن كانت تحت ظل الحكومات، وإن كانت محدودة غالباً.

الاتجاه الثالث: ويتضمن البدء بفعاليات إعلامية عديدة وإن كانت بدائية غالباً، مثل الأناشيد والمسرحيات المسجدية، والملصقات والمنشورات المنوعة، أو شركات التسجيل الصوتي وما إلى ذلك.

وفي هذه المرحلة بدأت الساحة الفكرية والفقهية الإسلامية تتحرك وتختلف حول الجائز وغير الجائز، وحول أفضلية المقاطعة أم التقنين.

ثم كانت المرحلة التالية وهي مرحلة إنشاء الفضائيات، والخروج من السلطة المطبقة التي كانت تتحكم بوسائل الإعلام، وهنا بدأ الإعلام ذو التوجه الإسلامي يقفز قفزات واسعة أكبر حتى من قدرة رجاله، بل أكبر من قدرة مفكريه وفقهائه وتربوييه في استيعاب هذا المجال الجديد والطرق المثلى للتعامل معه.

وهنا أحب أن أشيد بمثل هذه المؤتمرات والتجمعات ودورها في أن يلحق الجانب التنظيري الشرعي، ما هو قائم في الغرف العملية التنفيذية الآن للوسائل الإعلامية ذات التوجه الإسلامي من أجل توجيهه وعدم الخروج عليه.

فأصبحنا الآن لا نتكلم عن قناة إسلامية واحدة أو اثنتين بل تجاوز عددها الستين حتى فاقت – من حيث العدد – القنوات التقليدية ذات التوجه المعادي للتدين.

وأصبحنا نتكلم عن قناة إسلامية للشباب وأخرى للأطفال وأخرى للأسرة أو

الصحة، وغيرها متخصص بالأذكار أو القرآن أو السنة أو بقضية إسلامية محددة.

بل إن بعضها بدأ يطمع بإنشاء قمر اصطناعي خاص لقنواتها كما تفعل اليوم مجموعة قنوات المجد.

وبدأ البحث عن مواطن الجودة في الإنتاج فتطورت البرامج وأصبحت إبداعية وذات كلف عالية، والأناشيد دخلت بقوة واقتحمت معظم القنوات الإعلامية التقليدية، وكذلك الإعلانات والفواصل، وهناك تحرك إيجابي تجاه الأخبار والأفلام الوثائقية، بل إن الآمر وصل إلى إنتاج الدراما الكارتونية والتمثيلية ذات الكلف والدقة العالية.

وما يقال في الفضائيات يقال مثله وأكثر في الإذاعات والصحف والمجلات والمنشورات والانترنت.

وهنا نريد أن نتكلم عن الطفرة القادمة، وهي ما يتعلق بالإعلام الرقمي وخاصة الانترنت واستخداماته، إذ إنه – حسب الدراسات الإعلامية الحديثة – سيكون الوسيلة الإعلامية الرئيسة خلال السنوات الخمس القادمة ولاسيما بعد أن يتحول تسلمه عن طريق اللاقط الاعتيادي، وهذه الطفرة تحتاج إلى تحرك أوسع من الإسلاميين بصورة عامة لأن يأخذوا الحيز الأكبر في هذا الاتجاه، ولاسيما أن إعلام الانترنت هو إعلام اجتماعي قليل الكلف.

بالمقابل فإن سهولة وسائل الاتصال فتحت مجالات أوسع للإعلام الهابط وبأسوأ صوره أن يصل إلى عموم المسلمين بسهولة ويسر، وهذا الأمر بدأ يشكل هزات مجتمعية كبيرة، بسبب الاختلاف الكبير بين ما يعايشه المرء في حياته اليومية وبين ما يراه من إباحية أو سادية في هذه الوسائل، مما يسبب لعموم الشباب المتتبع لها محاولات للتقليد أحيانا أو محاولات للاعتزال أحياناً أخرى.

إن المقدمة الطويلة التي ابتدأت بها حول تطور الإعلام الإسلامي أردت أن

أصل بها إلى أن الإعلام الإسلامي هو الجديد في الساحة وليس الإعلام الهابط، فمن يرى إعلام العشرينيات والثلاثينيات من القرن الماضي لا يكاد يرى فارقاً كبيراً بينها وبين ما يعرض اليوم عربياً أو أجنبياً.

ولذا أحب أن أنبه أننا اليوم بدأنا نمتلك ما نواجه به، وبدأ هذا الإعلام يبذر بذور الخير من جديد في أرض المسلمين وبدأ الناس يعرفون عن رسولهم ﷺ – مثلا – أكثر بكثير من فيلم الرسالة الذي لم يكونوا يعرفوا غيره.

ولكن هذا الإعلام يحتاج إلى سعي حثيث وتطوير مهارات واستكمال الجانب الفقهي والتربوي والفكري، وإن فتح الكليات، وإصدار المطبوعات، وإقامة الدورات، وتوفير طرق الكسب عن طريق الإعلام، كلها خطوات تعجل بحسم معركة الإعلام خلال عقد أو أكثر بقليل لصالح الإعلام الإسلامي أو الهادف على أقل تقدير.

فأنا أريد أن أقلل من الخوف وأدعو إلى التفاؤل المبني على حقائق التاريخ والواقع، والذي يتكلم عن الخوف أو الذي يتكلم عن التفاؤل كلاهما يريد الحث على الحركة وتلافي الأخطاء واستدراك النقص، ولكن أرى التفاؤل هو الأولى وله ما يبرره.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

كلمة قسم الثقافة والإعلام في هيئة علماء المسلمين

التربية الإعلامية لبنة في بناء الشخصية الإعلامية

الأستاذ حارث الأزدي

رئيس تحرير صحيفة البصائر العراقية

قسم الثقافة والإعلام في هيئة علماء المسلمين

الأخ الدكتور طه الزيدي رئيس الرابطة الإسلامية للإعلام في العراق المحترم.

الإخوة الأعزاء في مركز البصيرة المحترمون .

الإخوة الحاضرون في مؤتمر التربية الإعلامية المحترمون .

تحية طيبة مباركة ابعثها إليكم فأقول: السلام عليكم ورحمة الله وبركاته .

لاشك أن الساحة الإعلامية تعج بالكثير من القضايا الشائكة والمهمة التي تحتاج إلى تفصيل وتأصيل، ومنها موضوع ندوتكم المباركة أسال الله لكم التوفيق والسداد.

إن اختياركم هذا العنوان المهم في ميدان الصحافة الإسلامية يدل على حصافة التفكير، ودقة الفهم والتشخيص للحالة الإعلامية التي تعاني إلى الآن من فوضى مدروسة ومحسوبة؛ لإشغال الناس عن هدفهم الأسمى وهو الإفادة من النمو الإعلامي، وتحريك الوعي واليقظة باتجاه تمثيله بنهضة إعلامية تشمل جوانب الحياة كافة، وأحسب أن ندوتكم المباركة هذه تتصدى لتمثيل هذا الوعي إلى واقع ملموس.

أبارك لمركز البصيرة هذا المؤتمر وهذا الاختيار، ولكم وددت أن أمتلك فسحة

من الوقت لإتمام بحثي عن التربية الإعلامية، ولكن عزائي بالجهد المبارك بالبحوث العلمية الرصينة التي احتواها هذه المؤتمر.

إن موضوع التربية الإعلامية ذو أثر كبير في الصناعة التغييرية المنشودة للمجتمعات في الرؤية والمفاهيم والتطبيقات التربوية.

إن التربية الإعلامية بمفهومها العام تعني مساعدة المربين والتربويين على ضبط التأثيرات الإعلامية، وترشيدها وبلورتها في إطار يخدم الأهداف المنشودة من هذا الجانب المهم من الإعلام وهو موضوع المؤتمر.

إن أبرز القضايا المعاصرة التي تعنى بها التربية الإعلامية هي تثقيف الناشئة والمتلقين المستهدفين من وسائل الإعلام بسبل فهم الأمور وتقديرها، وسبل التعامل مع الآخرين، وكيفية التصدي لطروحات مخالفة للمنهج القويم الذي تؤمن به قوانين التربية بإضافة الإعلام إليها؛ لتكون مفهوماً عاماً وشاملاً اسمه التربية الإعلامية؛ لنصل من خلاله إلى استيعاب مقتضيات العصر الحديث والتناغم السليم معها.

إن آليات التفاعل مع الإعلام بشكله العام واسعة تقترب من العشوائية وإن كانت تسير على وفق خطط مدروسة لتعبئة الشباب للتفاعل مع تلك الخطط، غير أن مهمة التربية الإعلامية هي تهيئة الجيل والقائمين على التربية والمشتغلين في الإعلام لمواجهة الأحداث الجارية الطارئة وغير الطارئة، وتمكينهم من المهارات التي تعينهم على المواجهة عوضاً عن الخوف والاستسلام أو الانعزال والرفض أو التبرير.

إن التربية الإعلامية تعني مساعدة شرائح المجتمع كافة على فهم حقوقهم وواجباتهم، والانتماء الصحيح، واحترام الآخر، والحرية العادلة، ومواجهة الشائعات والتضليل، والتصدي للانحرافات الفكرية والمنحرفين على وفق الطرق

المناسبة لذلك.

إن التربية الإعلامية توفر مساحة كبيرة من الفرص المواتية لمعالجة المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية، التي يعاني منها المتلقون ممن يستهدفهم هذا السيل الإعلامي الجارف، والذي جاء بصفة الفوضوية والثورة على الموروث كمشكلة الأمية الحضارية، والأمية التكنولوجية، والأمية السياسية، علاوة على التوترات التي تنشأ بفعل الاتصال مع الآخرين، وعدم الألفة، والتحيزية والاستغراق في المحلية وغيرها، كل هذه العقبات يمكن أن تشكل معضلات في نهضة الأمم إن لم تتصد لها المؤسسات الإعلامية الرصينة، والمراكز البحثية المختصة في الدراسات الإعلامية، وتفصل في الطرق والأساليب الواجب اتباعها من اجل إجهاض المخططات الرامية إلى التجهيل والتسطيح والخداع.

إن التربية الإعلامية إذا ما هيئت لها أدواتها فإنها تؤدي دوراً بارزاً في تفعيل الثقافة الاجتماعية النقية، وإشاعة مهارات النقد والتقويم والتحليل وحل المشكلات، والربط بين الأشياء وبين المتغيرات، والمهارات التركيبية، ومهارات الحديث والقراءة والكتابة والمهارات الاجتماعية والثقافية التي تساعدهم على الاتصال الفعال، وتمكنهم من استيعاب الخصوصيات الثقافية في علاقتها مع العموميات والمتغيرات الثقافية الأخرى.

ختاماً أشد على أيدي القائمين على هذا المؤتمر المبارك، وأدعو الله العلي القدير أن يمكنهم من تثبيت لبنة ثابتة في صرح الإعلام الإسلامي الهادف، مترقباً إصدار هذا الجهد بكتاب ينتفع به العاملون في الميدان الإعلامي.

بارك الله بالجميع والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

كلمة مركز الأمة للدراسات والتطوير

الدكتور عبد القادر محمد

مدير مركز الأمة للدراسات والتطوير

الدكتور طه الزيدي رئيس الرابطة الإسلامية للإعلام المحترم.

الأساتذة الأفاضل.

الحضور الكريم السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

بداية نشكر مركز البصيرة على اختيار هذا الموضوع المهم عنواناً لهذا المؤتمر العلمي، فليس مستغرباً عنه تناول مثل هذه الموضوعات الحية التي تلامس حياة الناس والمجتمع وتعالج قضاياهم.

أيها الأخوة..

لا يخفى عليكم ما بين التربية والإعلام من أواصر وشيجة فالاثنان يسعيان لتقديم رسالة، وكل منهما يخاطب العقل، فالتربية الإعلامية تهدف إلى إعداد جيل يفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط به، ويحسن الانتقاء والتعامل معها، ويشارك فيها بصورة فعالة. فالتربية الإعلامية هي التعليم والتعلُّم بشأن الإعلام، والطلاب والشباب هم المُستهلِكُ الرئيس للخدمات الإعلامية، وبالإضافة إلى ما يختارونه بأنفسهم من مواد إعلامية يشغلون بها أوقات فراغهم، يستمد الطالب جانباً مهماً من تعلُّمه من وسائل الإعلام، فقد أصبح الإعلام جزءاً من خلفيتنا الثقافية التي تحيط بالصغار والكبار على حد سواء، ولذا يستحق أن يدرس هذا العلم كمجال قائم بذاته.

فإذا استطاعت التربية الإعلامية أن تعطي الطالب قدراً من المعارف والمفاهيم

والمهارات، الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة فيه. فقد حققت الأهداف المرجوة منها، وهذا لا يتم إلا من خلال تشجيع الطلاب على التوقف عند ورود الرسائل الإعلامية لتحليلها وتحديد هدفها ولمن هي موجهة؟ ولماذا صيغت بهذا الشكل أو الأسلوب؟ وما طبيعة الحقائق الموجودة فيها أو المفقودة فيها؟ وما المصادر المحايدة التي يمكن التحقق منها. ونحو ذلك.

وبناء على ذلك فالتربية الإعلامية مطلوب منها أن تقدم إطارًا علمياً في أصول التدريس، والمنهج الثقافي الذي يسهم في بناء الإنسان، والمحافظة على منظومة القيم النبيلة في هذا المجتمع أو ذاك، فلابد أن تضع نصب أعينها تنمية أساليب التفكير الناقد، وتدعيم مهارات المتعلم في البحث والتحليل والتقييم لكل ما يعرض عبر وسائل الإعلام.

وبالمقابل لا يكفي أن يتقن الإعلاميون مهارات العمل الإعلامي، دون أن تتسق هذه المهارات مع قيم وأهداف المجتمع، ودون أن تأخذ بنظر الاعتبار المحيط الذي تتحرك فيه، كما أنه لابد أن تتحقق شراكة فاعلة بينهم وبين التربويين، لاسيما في هذا الزمن، الذي بدأت فيه الانحرافات الفكرية تعصف بالمجتمع على مختلف الصعد، وأخطرها مجال التربية والتعليم، ولاسيما في ظل الظروف الصعبة التي يمر بها بلدنا الجريح، ومن هنا تزداد هذا المهمة صعوبة ويتحمل المتصدون لهذا الميدان أعباءً أكبر.

نتمنى أن يحقق المؤتمر أهدافه المرجوة ويؤسس لوعي جديد في مجال التربية الإعلامية يجد صداه في واقعنا المعاصر.

كما نتمنى للقائمين على المؤتمر والمشاركين فيه على حدٍّ سواء كل التوفيق والنجاح. وأن تسدد خطاهم لما فيه الخير والهداية والصلاح.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

كلمة مركز البحوث والدراسات الإسلامية في الجامعة الإسلامية (مبدأ)

الباحث غازي السامرائي

الدكتور عبد المنعم الهيتي عميد كلية الشريعة المحترم.

الدكتور طه الزيدي رئيس الرابطة الإسلامية للإعلام المحترم.

الأخوة الحضور المحترمون.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين، وعلى آله وصحبه أجمعين.

يشكل الإعلام دوراً مهماً في بناء المنظومة السلوكية والقيمية لدى المجتمع المسلم، كونه المتحدث في جميع المجالات ولسائر الفئات العُمرية، مما يؤهله لتشكيل قناعات وأفكار تجد طريقها إلى جمهور المتلقين بسهولة وانسيابية.

وبعد التطور التكنولوجي الحاصل لوسائل الإعلام فاق مستوى التأثير، ووصولاً إلى درجة المحاكاة والتقليد، مما يستدعي وجود منهجية إعلامية إسلامية هادفة تواكب العصر مع المحافظة على ثوابت الدين وتعاليم الشريعة.

ولأجل هذا نقدم هذه المقترحات تعاوناً على البر، وتواصياً بالحق، لعلها تكون إضافة إيجابية في حقل الإعلام الإسلامي، ويقسم إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: المنظومة الخُلقية:

وضع برامج لترسيخ الخلق الإسلامي، وذلك لإبراز الجوانب المضيئة في التعاون والتواضع، وكف الأذى وغير ذلك.

تشمل هذه البرامج المحاضرات الجماهيرية لإحداث التفاعل، مع وجود مقاطع تمثيلية تتحدث كل منها عن خلق معين، وذلك من وسائل التأثير.

إعداد محاضرات تتحدث عن المفهوم الحضاري للخلق، والرد على شبهات أهل التغريب القائلين بأن الإسلام يفرض على أتباعه الاستسلام والخنوع، والتفريق بين المفاهيم المتضادة (التواضع، الضعف ـ العزة، الكبر) وما إلى ذلك.

إعداد برامج خاصة بالأطفال تسلط الضوء على معالجة بعض الأخطاء المتولدة في هذه المرحلة مثل الكذب، ونسيان الصلاة، ورفع الصوت على الوالدين، مع إيجاد الوسائل المناسبة لذلك.

المحور الثاني: المنظومة الاجتماعية :

وضع برامج تعزز دور الأسرة في بناء شخصية المسلم، من حيث كونها صمام الأمان للفتى والفتاة وهما يشقان طريقهما في الحياة، ولا مانع من استضافة عائلة ناجحة وتقديم تجربتها في حوار صحفي أو برنامج تلفزيوني.

استضافة متخصصين في علم الاجتماع والنفس لطرح المشكلات المعاصرة، مع فتح باب النقاش مع الجمهور، أو تخصيص حلقة إذاعية على أقل تقدير للرد على تساؤلات المتصلين.

إعداد محاضرات في الفكر الاجتماعي تشرح أهمية وجود نظام اجتماعي منضبط بالقواعد الشرعية للمحافظة على الهوية الإسلامية، مع تبيان أن المنظومة الغربية المجتمعية قد أفلست بين روادها؛ لأنها لم توفر الحضن الآمن الذي امتلأت به كتبهم في مطلع القرن العشرين.

المحور الثالث: المنظومة التربوية :

وضع برامج تلفزيونية عن البناء التربوي السليم من منظور إسلامي مع

استخدام وسائل العرض الإبداعية مثل الشرائح الصورية، ولا مانع من الاستفادة من الأفكار التي عرضها الدكتور محمد الشويني على قناة الرسالة الفضائية، مثل مشاركة الشباب في اتخاذ القرار، وتنمية المهارات، وتحميلهم المسؤولية بالتدريج.. إلخ.

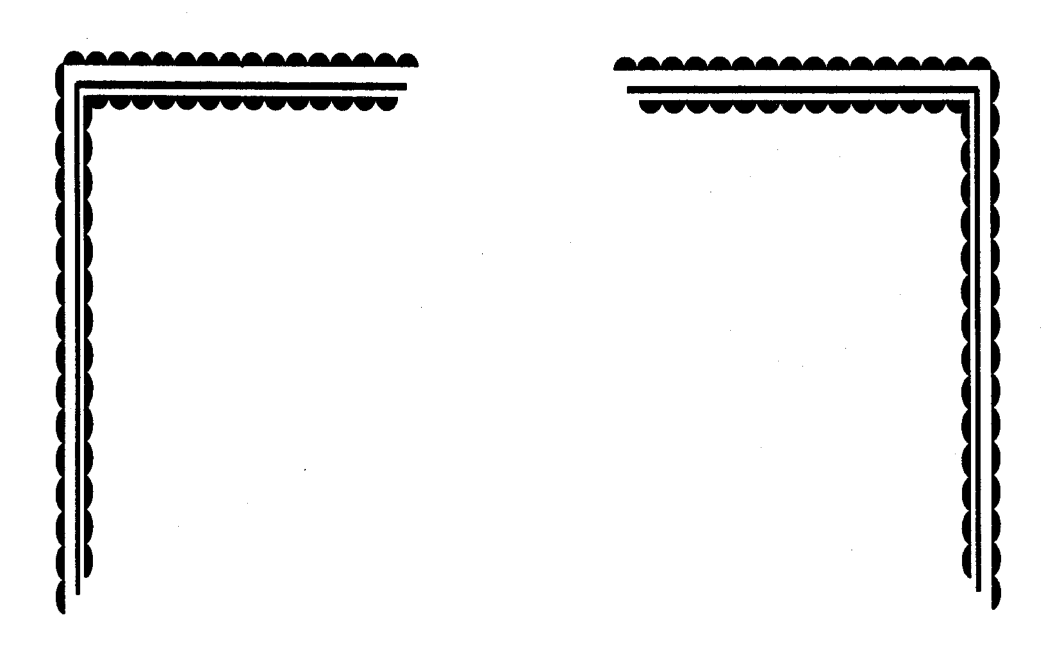
عمل برامج تحمل صفات تربوية مثل برنامج (وبالوالدين إحساناً)، مع استضافة العائلة المتميزة في حلقة أو حوار صحفي، مع تخصيص جوائز عينية لغرض التشجيع ومن ثم نشر الفكرة بين الناس، وصولاً إلى تحفيز الآخرين على تبني هذه القيمة المهمة في حياة المسلم.

صنع فريق من الشباب المسلم يتحدث بلغة إقرانه، ويعرض أهم الموضوعات والمشاكل التي تصاحب الشباب مثل الفتور في الدراسة، وكذلك الخروج من المنزل بشكل مستمر، والوقوع ببعض الأخطاء السلوكية نتيجة الحماسة وغير ذلك.

عمل تقارير بالصوت والصورة تستهدف الغوص في المشكلات التربوية، التي أصبحت مستشرية في المجتمع، مثل الضعف في الحقل التعليمي، وكذلك البرامج التي تعرض في وسائل الإعلام مثل التشجيع على الجريمة، والسرقة، وكل ما يتعلق في هذا الجانب.

نسأل الله تعالى أن يبارك هذه الخطوات الإعلامية، وأن يوفق الجميع في خدمة رسالة امتنا الإسلامية ولاسيما عبر وسائل الإعلام، والله الموفق.

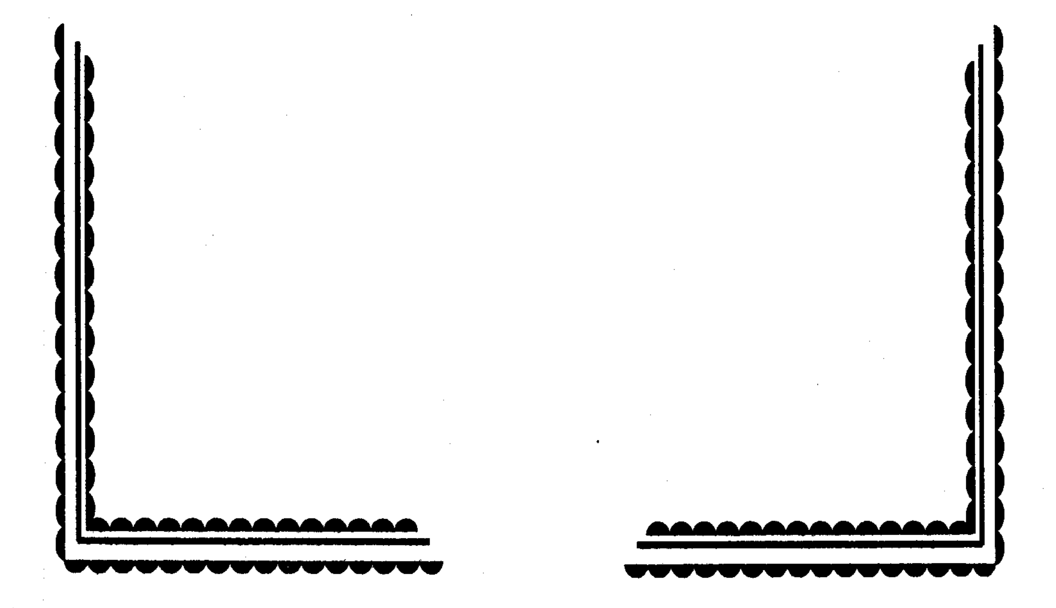
والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.



المحور الاول

التربية الإعلامية

أو المسؤولية التربوية للإعلام الإسلامي



التربية الإعلامية

والحفاظ على الهوية الإسلامية... الفضائيات أنموذجاً

إسلام السيد علي

سكرتير تحرير مجلة البيان السعودية

soloms1100@gmail.com

مقدمة

منذ زمن ليس ببعيد بدأ الإسلاميون ودعاة الإصلاح في المجتمعات الإسلامية الانتباه إلى الدعوة بالطرق غير التقليدية المتعارف عليها، كما هو الحال في أروقة المجالس والتجمعات الدعوية سواء في المساجد أو في البيوت والدور، وأقصد بذلك الإعلام بطرقه الحديثة من فضائيات ومواقع إلكترونية وبخاصة الاجتماعية منها، فعند النظر سريعاً إلى حجم الدراسات التي تعالج وتناقش المسائل الإعلامية من منظور إسلامي، نجدها قليلة مقارنة بغيرها من الأبحاث والدراسات في المجلات الأخرى، أن أثر الإعلام على حياة الفرد والمجتمعات له أعظم التأثير.

فليس للإعلام نمطية ثابتة، فما هو عليه في عصرنا الحاضر لم يكن في الماضي، فالإعلام هدف، أما طرقه وأساليبه فهي مختلفة ومتنوعة بحسب المكان والزمان وطبيعة كل من الداعي والمدعوين، فنجد أن ديننا الحنيف يدعونا إلى الإعلام، وذلك بالدعوة إلى ما أنزل الله، واتباع رسولنا الكريم ﷺ، وأن ذلك من أعظم وأجل القربات. ووردت في القرآن الكريم آيات كثيرة توجب الدعوة إلى الله، منها ما خاطب النبي ﷺ ، فدخلت أمته في الخطاب تبعاً له، ومنها ما خاطب الأمة مباشرة.

فمن الآيات التي تخاطب النبي ﷺ قوله تعالى: ﴿ وَٱدۡعُ إِلَىٰ رَبِّكَۖ إِنَّكَ لَعَلَىٰ هُدٗى مُّسۡتَقِيمٖ ﴾ [الحج: ٦٧]. وقوله تعالى: ﴿وَٱدۡعُ إِلَىٰ رَبِّكَۖ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ ٱلۡمُشۡرِكِينَ ﴾ [القصص: ٨٧]، وأما الآيات التي تخاطب الأمة وتوجب عليها أن تأمر وتنهى فكثيرة كقوله تعالى: ﴿ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَ وَٱلۡمُؤۡمِنَٰتُ بَعۡضُهُمۡ أَوۡلِيَآءُ بَعۡضٖۚ يَأۡمُرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَيَنۡهَوۡنَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِ ﴾ التوبة: ٧١، قال القرطبي: (فَجَعَلَ الله تعالى الأمرَ بالمعروف والنهي عن المنكر فَرْقاً بين المؤمنين والمنافقين، فدل على أن أخصَّ أوصاف المؤمنين: الأمرُ بالمعروف والنهي عن المنكر، ورأسُها: الدعاء إلى الإسلام)[١].

إن الإسلام الذي أمرنا الله – تعالى – بالدعوة إليه له أركانه وجوانبه، ولقد بين رسولنا الكريم ﷺ محددات وملامح هوية أمتنا الإسلامية، وذلك بما أنزل عليه من رب العالمين، أو بما تناقله عنه أصحابه - رضي الله عنهم أجمعين – من أقوال وأفعال، أو بما وصى به ﷺ أتباعه من بعده، وذلك في قوله ﷺ : (عليكم بسنتي وسنة الخلفاء الراشدين المهديين من بعدي، عضو عليها بالنواجذ)[٢]، ويظهر مدى تأثير تلك المحددات والملامح على حياة وهوية الصحابة – رضي الله عنهم – بما قاله جعفر بن أبي طالب –رضي الله عنه -: "كنّا قوماً أهل جاهلية نعبد الأصنام والأوثان، ونأكل الميتة، ونسيء الجوار، ويأكل القوي منّا الضعيف، حتى جاءنا مَن نعرف صدقه وأمانته فدعانا إلى عبادة الواحد الأحد وإكرام الجار والأخلاق الفاضلة"، والمقولة الشهيرة لربعي بن عامر - رضي الله عنه - أمام كسرى: " إن الله جاء بنا وابتعثنا لنخرج من شاء من عبادة العباد إلى عبادة الله، ومن جور الأديان إلى عدل الإسلام، ومن ضيق الدنيا إلى سعة الدنيا والآخرة".

ولما تعددت وسائل الدعوة إلى دين الله - سبحانه وتعالى – وأصبح منها النافذ

---

(١) تفسير القرطبي ٤/ ٤٧.

(٢) أخرجه الترمذي وابن ماجه والدارمي وأحمد.

ومنها دون ذلك، ومن هذه الوسائل الفضائيات؛ فالشاشة بصفة عامة تمتلك القدرة على قذف القناعة بشيء ما في أذهان وقلوب مُتابعيها، ومن ثَم تساهم في تكوين وبناء الرأي العام، فهي تقدم المادة مرئية، وفي الوقت نفسه مسموعة، وبطريقة ملموسة غير مجردة مما يمكنها من السيطرة الوجدانية، وبخاصة في المجتمعات التقليدية، أو ما يسمى بالدول النامية؛ حيث تغلب البدائية المتمثلة في الأمية، والفقر، والمرض، ويقل ذلك التأثير كلما ارتقى الفكر والعقلية التي تغلب على شعب بعينه أو أمة بذاتها؛ وذلك لأن الصورة الذهنية تتبلور بحسب الخبرة والمعرفة المتراكمة لدى كل فرد.

لقد امتد اجتياح الفضائيات للرأي العام في المجتمعات واخترقت حواجز كثيرة، حتى أصبحت أشبه بتدفق الدم في الشرايين، فللفضائيات دور رئيس في دفع عجلة التنمية - سواء أكانت تنمية ذاتية، أم تنمية على مستوى الأمة- والتبشير بالتحول والتغيير، ومعاونة الرأي العام للتغلب على ما يستجد عليه من أحداث، بالإضافة إلى تهيئة الجو الصالح للمناقشة، والحوار، والاتصالات بين أفراد المجتمع والمسؤولين اتصالاً متبادلاً لتكوين الرأي العام الناضج السليم، وتقوم الفضائيات أيضًا بنشر الأفكار العصرية، وإشاعة المعلومات الحديثة والعمل على إيجاد الشخصية الجديدة، وذلك يرجع للمراقبة الجيدة لما يتناوله المجتمع عن تلك الفضائيات.

إن الفضائيات وسيلة اتصال عصرية متاحة من إنتاج الفكر البشري، وكأي منتج إنساني له سلبياته وإيجابياته، فهذه هي الحياة البشرية، فما من شيء صنعه الإنسان إلا وله ما له، وعليه ما عليه، فأرقى ما أنتجه الإنسان تنطبق عليه هذه القاعدة، فالطاقة النووية مع ما لها من فوائد جمة للبشرية جمعاء، فمنها تولد الطاقة التي هي عصب الحياة بأنواعها المختلفة، إلا أن لها من القدرة التدميرية ما يُمكِّنها من القضاء على العالم كله، وكذا الطائرات والبواخر والسيارات وغيرها،

فكما هي مفيدة وعظيمة فيما تقدمه من خدمات جليلة للإنسان، إلا أنها من أعظم الأمور التي بسببها يفقد الإنسان أغلى ما يملك ألا وهي حياته.

ولقد طبق كثير من القنوات الفضائية في بلادنا العربية والإسلامية أيديولوجيات خاصة بها، سواء في تناولها للشؤون الحياتية العامة والمسائل الفكرية والأخلاقية والاجتماعية، أو في مواكبتها للأحداث والقضايا والأزمات الكثيرة التي تمرّ بها بلادنا وأمتنا، وبخاصة في هذه الأوقات العصيبة.. فإذا كان هناك سجل من الإيجابيات الواضحة لبعض هذه الفضائيات، فلا يمكن السكوت والتغاضي عن الدور والأداء التخريبي الخطير الذي يقوم به بعضها الآخر على مختلف الصُّعُد الفكرية والأخلاقية والاجتماعية.

إن كثيرًا من القنوات الفضائية العربية تساهم مع سبق الإصرار في إنتاج وبناء أجيال ومجتمعات لا صلة لها بالدين أو بالعادات والتقاليد الشرقية، بل أصبح كثير من شباب وفتيات المسلمين مشوّهي المحتوى بالدعوة إلى التقليد الأعمى المبتور لأنماط من السلوك الغربي الشائن، بدلاً من التركيز على نواحي التقدم التقني والتكنولوجي الموجود لدى الغرب.

فالثقافة الغربية والأمريكية في جزء كبير منها تقف على نقيض الثقافة العربية والإسلامية، الأمر الذي جعل وسائل الإعلام الأمريكية الخاضعة للسيطرة الصهيونية تستنفر كل قواها وآلتها الجهنمية المتطورة للإجهاز على الثقافة العربية الإسلامية التي تمثل أهم عناصر هوية الإنسان العربي ومصدر قوته.[1]

وكثير من تلك القنوات غربية الطرح، سواء أكان القائمون عليها غربيين أم عبر سواعدهم في الشرق، تتعمد تقديم مواد مضللة عن الإسلام والمسلمين بصورة أو بأخرى، مستغلين الضعف المهاري والفني للقنوات الفضائية على

---

(١) قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي، أ.د محمد علي حوات، مكتبة مدبولي، ٢٠٠٥م، القاهرة.

المستويين الدولي والمحلي، فتعمل تلك القنوات على الوقيعة بين المسلمين دولاً وشعوبًا، وتصف الإسلاميين - زورًا - تارة بالإرهاب، وتارة بالتطرف والتَّزَمُّت.

في ظل كل هذا الحشد العظيم من القنوات الفضائية المُضلة جاء دور الفضائيات الإسلامية لتصحيح وتقويم ذلك الاعوجاج، ومبارزة ذلك الحشد، ولقد أكَّد على ذلك الدكتور هاشم الجاز الأمين العام لمجلس الصحافة والمطبوعات الصحفية على أن القنوات الفضائية تواجه حربًا شرسة من قبل جهات أوروبية وإقليمية بهدف حصار رسالة الإسلام.(١)

إن المهمة العليا للفضائيات الإسلامية هي العمل على الجمع والتآلف، وتضييق شُقّة الخلافات بين المتنافرين، ونزع فتيل الفرقة بينهم، وتوضع تلك الخطط المدروسة بعناية من قبل أعداء الأمة لصبّ الزيت على النار حينًا، وتزييف الحقائق أحيانًا كثيرة، وكل ذلك لبث روح الفُرْقة بين أبناء المسلمين، وبمجرد أن يشاهد الجهلة والمرجفون هذه المادة النتنة يقومون بتحويلها إلى عداوات لا بداية لها ولا نهاية، حتى يشعر المرء أنها ليس لها من سبيل إلى الحل.

وتلك المهمة قد تسمى بالبث المضاد(٢)، فكما أن الغرب يجمع كل ما لديه من القوة الإعلامية، سواء أكانت مالية أم تقنية لمحاربة العقائد والأسس الإسلامية، فكان لزامًا على الدعاة والمفكرين أن يستعينوا بالطريقة ذاتها، وذلك بإنشاء قنوات فضائية تستهدف الأطفال والشباب والمفكرين في أوروبا وأمريكا، وألا يكون ذلك نابعًا من أحقاد تولدت كردود أفعال، بل يجب أن تكون في صورتها

---

(١) في ندوة «تجربة القنوات الفضائية الإسلامية»، التي عقدها مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر بالخرطوم ٢٧-٢٨ آيار ٢٠٠٨م، بمركز (الشهيد) الزبير محمد صالح الدولي للمؤتمرات.

(٢) المسمى مأخوذ من كتاب د. ناصر بن سليمان العمر، البث المباشر حقائق وأرقام، دار الوطن للنشر ١٤١٢هـ.

الحقيقية، وهي الدعوة إلى الله سبحانه وتعالى.

فكان من الضروري وضع الخطط الاستراتيجية البناءة التي تستغل ذلك التزايد من متابعي ومشاهدي القنوات الفضائية عامة لصالح الأمة، والحفاظ على الهوية العربية والإسلامية، فالدخول في حلبة المنافسة لجذب أكبر عدد ممكن من متابعي الفضائيات ذات الطرح الغربي المتعولم ضروريٌّ في وقتنا الحاضر، وإن كان هناك قلة في الإمكانات المادية والتقنية والمهارية، وعدم وجود دعم حكومي في أغلب البلدان العربية والإسلامية لتلك القنوات الناشرة للفضيلة والقيم والأخلاق.

ويجب على القائمين على القنوات الفضائية الإسلامية انتهاز الفرص السانحة التي يُقبل فيها الرأي العام على القنوات الإسلامية، والسعي لتقديم المواد ذات الصلة بمهارة عالية واحترافية قدر المستطاع، فهذا ليس لتغطية أمر ما فقط، بل الأهم من ذلك رسم صورة ذهنية طيبة عند المشاهِد والمتابع للقنوات الإسلامية فيما بعد الحدث.

كما يجب التنسيق المستمر بين الإعلاميين في المجال الفضائي، بشأن سُبل تطوير العمل الفضائي دون التدخل في الشؤون الداخلية للقنوات أو البرامج، وهو أشبه بتناقل الخبرات وتعزيزها، وجمع أكبر قدر ممكن من الإعلاميين في المجال نفسه (كالعاملين في مجال المونتاج، أو التصوير، أو معدي البرامج.. إلخ)، وتنظيم دورات لرفع المستوى، أو لتدريب ملاكات أخرى قد يكون عندها من الابتكارات ما ليس عند غيرها.

ولابد من استنهاض الباحثين، وبخاصة المهتمين في مجال الرأي العام، لمعرفة مدى قابلية القطاع الأكبر في المجتمعات العربية لما تبثه القنوات الإسلامية، وكيفية معالجة الخطأ، وجمع مقترحات من الأشخاص العاديين -على سبيل المثال-

التي تعمل لرفعة القنوات الإسلامية، ومعرفة احتياجات المشاهدين وما يجذبهم، ومن جهة أخرى وضع استبيانات تستهدف المثقفين والمحركين للرأي العام كرؤساء الصحف والمجلات (خاصة الإسلامية)، ومديري مواقع الإنترنت والكُتاب والمسؤولين؛ لاستخلاص ما يمد العمل الفضائي الإسلامي بالمعلومات والأفكار اللازمة لحشد أكبر قدر ممكن من الرأي العام.

يجب استثمار الشبكة العنكبوتية لدعم القنوات الإسلامية وأطروحاتها، وذلك بعدد من الأساليب، منها إرسال قائمة بالبرامج، وأسماء مقدمي ومعدي هذه البرامج بواسطة مجموعات بريدية للوصول لأكبر شريحة ممكنة، وإنشاء مواقع للقنوات الفضائية الإسلامية، وإضافة خاصية البث الحي على الإنترنت، ووضع البرامج المسجلة، مع إضافة الاستبيانات اللازمة لمعرفة جودة ما تم تقديمه، وتلافي الأخطاء، سواء في البرامج محل الدراسة أو برامج أخرى، مع عمل إحصاءات لذلك.

ومن الضروري تبني سياسة عامة للقنوات الفضائية الإسلامية، ينبثق منها مجموعة من اللجان تعمل على تحديد الأسس والمعايير الرافعة للإعلاميين أنفسهم، والمنتج أيضًا، وذلك في إطار عمل مؤسسي، وكذلك مدى التزام القنوات الفضائية بما تقتضيه احتياجات الرأي العام، ومدى توافق ذلك مع الشريعة الإسلامية.

وينبغي الاستفادة من التجارب العملية للقنوات الفضائية الأخرى، سواء أكانت إسلامية أم غيرها، ووضع نصب الأعين ضرورة الوصول إلى حدّ معين من المهارة والرفعة في تلك المجموعات الفضائية الموجودة على الساحة، مع إجراء التعديلات اللازمة لأسلمة ذلك العمل، وجعله في الإطار الإسلامي المنضبط.

وينبغي تجنيد الملاكات الإعلامية ذات النهج غير الإسلامي مع تطويعها لخدمة أهداف وغايات إسلامية، كتشغيل العاملين في مجال التصوير والمونتاج والإخراج

في القنوات العلمانية أو غيرها، والاستفادة من خبراتهم التقنية والمهارية؛ لتكون الاستفادة مزدوجة بالمنتج عالي الجودة، وكذلك تعليم ونقل خبرات للملاكات الناشئة في القطاعات المختلفة للقنوات الفضائية الإسلامية.

ويجب إنشاء الكثير من المراكز المتخصصة (استوديوهات وغيرها) لإنتاج مواد إعلامية عالية الجودة، وخدمات معلوماتية لديها روح التنافس على الساحة العربية والدولية، للعمل على زيادة الشريحة المستهدفة من قبل القنوات الفضائية الإسلامية، مما يعزز الحضور الإسلامي على الساحة الفضائية الدولية لمواجهة التحديات القائمة والمستقبلية.

وينبغي إنشاء قنوات متخصصة لأغراض الإعلام الخارجي، مثل قناة الهدى الفضائية، مع الإكثار من تلك القنوات التي تنقل الرؤية الإسلامية بلغات كثيرة تعمل على نشر وجهة النظر الإسلامية في التعامل مع الأحداث الدولية، أو التعامل مع الآخر، وهي ناقل جيد للمعالم الإسلامية، وكذلك للدفاع والرد على ما قد يشوب الصورة الإسلامية عامة، سواء للغرب أو غيره.

تجدر الإشارة إلى أهمية دراسة واقع البحث العلمي في القنوات الفضائية الإسلامية، مع قياس أثر القنوات الفضائية الإسلامية على الرأي العام، للعمل على تطوير الصورة الذهنية لدى الرأي العام، سواء في داخل المجتمعات العربية أو الدولية، مع الإكثار من استطلاعات الرأي لمعرفة مدى التقدم والتطور في هذه المؤسسات الإعلامية، وهذا ما يحدث في كثير من المؤسسات الإعلامية الغربية والصهيوأمريكية بشكل خاص.

كما يجب وضع معايير ومحددات للبرامج المقدمة في القنوات الإسلامية الخاصة بالأطفال والشباب، مع السعي إلى التوفيق بين الترفيهية والإرشادية التربوية؛ بحيث

تكون مناسبة للسن والمرحلة العمرية، وتجذب اهتمام المراهقين والشباب [1]، فما يستهدف الأطفال قد يختلف مع ما يستهدف المراهقين والشباب، مع تزايد الوعي الذي لا يصل إلى مرحلة النضج؛ فيصبح فريسة الاحتضار من منطلقات الرؤية الأيديولوجية والسياسية، والتي يجب على الفضائيات أن تولي هذا الجانب أهمية في لفت الانتباه، وبلورة الاحتياجات، والكشف عن الفراغات والنقائص في هذا الجانب.

ولابد من العمل على تعرية أساليب الكذب والخداع، والابتزاز والاستعطاف والتشنيع المتبعة في الإعلام الغربي عامة، والفضائيات خاصة في الغرب، والتي تستهدف الأمة العربية والإسلامية، وبالأخص في الأماكن المشتعلة مثل الأراضي الفلسطينية المحتلة، والعراق، وأفغانستان، وباكستان وغيرها، مع القيام بالفعل ذاته بشأن القضايا المرتبطة بالجانب العقائدي والجانب الفكري المناوئ للشريعة الإسلامية.

وينبغي إشعار العاملين في العمل الفضائي الإسلامي بالمسؤولية الدعوية الإسلامية، وترسيخ المنظومة الإيمانية، وأمهات القيم الأخلاقية، وقواعد العمل الإسلامي في المؤسسات الإعلامية عامة والفضائيات بصفة خاصة، ومسؤولية المساهمة في رفع مستوى الوعي السياسي والاجتماعي في الأمة، مع نبذ العنصرية في اختيار الأفراد وكذلك البرامج الموجهة للمتابع أو المشاهد؛ بحيث تكون المادة المقدمة ليست لأبناء دولة دون غيرها.

ولابد من الحرص على تغيير العادات والتقاليد المعوقة عن التقدم والتحضر من وجهة النظر الإسلامية، وذلك من باب من سَنَّ في الإسلام سنة حسنة، وهذا من

---

(١) من مداخلة للدكتور أحمد صدقي الدجاني في المؤتمر السنوي الحادي عشر للبحوث السياسية، جامعة القاهرة، بتصرف حتى يلائم البحث.

نهج رسولنا ﷺ؛ فلقد حثَّ على الابتداء بالصالحات، ودلّ على ذلك ما جاء في السنة الشريفة فعند الإمام مسلم من حديث جرير بن عبد الله البجلي - رضي الله عنه، قال: كُنَّا في صَدْرِ النهارِ عِنْدَ رسولِ الله ﷺ، فجاءه قَوم عُرَاة مُجتابي النِّمار، أو العَباءِ، مُتَقَلِّدي السيوفِ، عامَّتُهم من مُضَرَ، بل كلُّهم مِنْ مُضَرَ، فَتَمَعَّرَ وَجْهُ رسولِ الله ﷺ: لما رأى بهم من الفَاقة، فدخل، ثم خَرَجَ، فأمر بلالاً، فأذَّن وأقام فصلَّى، ثم خَطَبَ، فقال: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ ٱتَّقُواْ رَبَّكُمُ ٱلَّذِى خَلَقَكُم مِّن نَّفْسٍ وَٰحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَآءً ۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ٱلَّذِى تَسَآءَلُونَ بِهِۦ وَٱلْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾ ﴾ [النساء: ١]، والآية التي في الحشر: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلْتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾ ﴾ [الحشر: ١٨] تصدَّق رَجُل مِن دِينارِهِ، من دِرْهَمِهِ، من ثوبِهِ، من صاع بُرِّه، من صاع تَمرِهِ، حتى قال: ولو بشِقِّ تمرة، قال: فجاء رَجُل من الأَنصار بصُرَّة، كادت كَفُّه تعجِزُ عنها، بل قد عَجَزَتْ، قال: ثم تتابع الناسُ، حتى رأيتُ كَوْمَيْنِ من طعام وثياب، حتى رأيتُ وجهَ رسولِ الله ﷺ يَتَهَلَّلُ كأنه مُذْهَبَةٌ، فقال رسولُ الله ﷺ: مَن سَنَّ في الإسلام سُنَّة حَسَنَة فله أجرُها وأجرُ من عمل بها بعدَهُ، من غير أن يَنْقُصَ من أجورهم شيء، ومن سَنَّ في الإسلام سُنَّة سيِّئة كان عليه وِزْرُها وَوِزْرُ مَنْ عمل بها من بعده، من غير أن ينقُصَ من أوزارهم شيء». (١)

إن ما تم بسطه من معينات على تفاعل القنوات الفضائية الإسلامية مع الرأي العام لمعالجة تلك الهجمات الشرسة من القنوات العلمانية والغربية على المجتمعات الإسلامية لمسخ الهوية العربية والإسلامية؛ هي أقوى وأشد العوامل المساعدة في وقف تلك الهجمات، وبسط الرؤية الإسلامية عبر تلك القنوات الإعلامية، فالتعامل بالمثل في هذه المحكات هو الأجدر لإظهار الحق وإزهاق الباطل.

---

(١) رواه مسلم ٢٤٦.

إن الريادة والتميز في أي عمل، سواء كان إعلاميًّا أو غيره، يتطلب إجادة هذا العمل، والسعي لتطوير العاملين فيه بشكل يتلاءم مع ما يتطلبه ذلك العمل، وإزالة ما يواجه العاملين فيه من صعوبات، وهذا يجب أن يطبق على الجانب الإعلامي الفضائي عامة والإسلامي بصفة خاصة، ولا أعني هنا تدريب الإعلاميين على الجانب المهاري النظري، فلاشك أن هذا الجانب مهم -وتم الحديث عنه في الفصل السابق-، ولكني أسعى هنا لإلقاء الضوء على تدريب الإعلاميين في الجانب الفضائي على التربية الإعلامية.

وإذا كانت التربية بالمفهوم العام هي عملية عامة، لتكييف الفرد ليساير ويتلاءم مع تيار الحضارة الذي يعيش فيه، وبهذا تصبح التربية عملية خارجية يقوم بها المجتمع لتنشئة الأفراد، كي يسايروا المستوى الحضاري العام [١]، أما مصطلح الإعلام فيمكن إيجازه بأنه تلك العملية الاجتماعية، التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات، والآراء، والأفكار بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الثقافات المختلفة، لتحقيق أهداف معينة. [٢]

ومما سبق بيانه يمكن وضع تعريف للتربية الإعلامية على أنها إعداد الإعلاميين لأداء العملية التربوية؛ إذ لا يكفي أن يُتقن الإعلاميون مهارات العمل الإعلامي، دون أن تتسق مع قيم وأهداف المجتمع المعلنة في سياسته المكتوبة، وتحقق المشاركة بينهم وبين التربويين، لاسيما في هذا الزمن، الذي بدأت فيه الانحرافات الفكرية داخليًّا وخارجيًّا، وما نجم عنها من اضطرابات، تحاول أن تُخِلّ بوظائف المؤسسات الإعلامية والتربوية، في تأمين حاجات الأفراد مثل: الحاجة إلى الأمن الاجتماعي، والحاجة إلى سلوك تربوي رشيد، والحاجة إلى

---

(١) معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، أحمد زكي بدوي، بيروت، مكتبة لبنان ١٩٧٧م ص ١٢٧.

(٢) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، محمد عبد الحميد، ط١ القاهرة، عالم الكتاب، ١٩٩٧، ص ٢١.

إعلام متوازن.[1]

لقد ظهر مصطلح التربية الإعلامية في أواخر الستينيات، إلا أن مفهوم هذا المصطلح تطور بدرجة كبيرة؛ حيث ركز الخبراء على إمكانية استخدم أدوات الاتصال لتحقيق منافع ملموسة، كوسيلة تعليمية. وبحلول السبعينيات بدأ يُنظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام، يتناول تقنية وسائل الإعلام الحديثة، ويناقش التعبير عن الذات بوصفه جانبًا من المعرفة الإنسانية الأساسية.

وكثيرًا ما كان يُنظر إلى التربية الإعلامية على أنها مشروع دفاع يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، فقد انصب التركيز على كشف الرسائل المزيفة والقيم «غير الملائمة»، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها.

غير أن التربية الإعلامية أخذت تتجه صوب اتباع نهج ذي طابع تمكيني أوضح، أي إجادة مهارات التعامل؛ إذ يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة.[2]

وإذا كانت التربية الإعلامية تمكّن الناس من تفسير المواد الإعلامية، ومن تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، أو أن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، فالغاية التي تتوخاها التربية الإعلامية هي تطوير الملكات النقدية والإبداعية لدى الشباب، فإن العناية بالوعي الإعلامي يشجّع على المشاركة الفعالة في المجتمع.

---

(١) التربية الإعلامية، بدر بن أحمد كريّم، مقال منشور في أكثر من موقع إلكتروني.

(٢) من أوراق مؤتمر قضايا التربية الإعلامية المنعقد في قاعة الملك فيصل للمؤتمرات الدولية في المملكة العربية السعودية، الرياض، ٢٠٠٧م.

فالوعي الإعلامي جزء من تكوين الفرد، وبخاصة الذي لم يصب حظًا كافيًا من التعليم إذا كان واعيًا ببيئته، ملمًا بأحداث الساعة من خلال اطلاعه على الوسائل الإعلامية، وقادرًا على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن ذاته، سيصبح مواطنًا أفضل تكوينًا وأكثر التزامًا.

فالاهتمام برفع الوعي الإعلامي لدى الفرد ينتج عنه التربية على التفكير النقدي التأملي؛ إذ إننا نعيش في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، وينبغي لنا أن نعي أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي، بل تعرض تراكيب مصاغة بعناية تعبِّر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، والوعي الإعلامي يساعدنا على تفكيك عملية تصنيع المواد الإعلامية، وعلى فهم المنتجات الإعلامية، ومن ثَم فهم كيفية استخدامها.

ودون الخوض في تعقيدات التنظير الإعلامي يمكننا اختيار ثلاث مهمات للتوظيف والتأثير الإعلامي؛ لمعرفة مدى ما يمكن أن تساهم به وسائل الإعلام في مجال إبراز وترسيخ المعطيات الحضارية للإسلام في المجتمعات المسلمة وخارجها، وهذا المهمات هي:

أولاً: مهمة تشكيل الوعي المرتبط بعمليات صناعة الرأي العام.

ثانياً: مهمة التنشئة الاجتماعية، أو التطبيع الاجتماعي المرتبط بعمليات التعزيز والتعليم، وتغيير المواقف، وبلورة السلوكيات بين أفراد المجتمع وبخاصة الأطفال، والناشئة منهم.

ثالثاً: مهمة التبليغ والاتصال الإنساني التي تستهدف إبلاغ رسالة الإسلام للآخرين وتوضيح صورته الحقيقية وردّ الغارات الموجهة ضده.[1]

---

(١) الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، د. صباح ياسين، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٦م.

إن البرامج السياسية والحوارية بشأن مختلف القضايا التي تهم الشأنين العربي والدولي، ووجود عناصر مختلفة الاتجاهات والثقافات على منصة تلك الحوارات الحية، والتي يتحقق كثير منها من خلال مشاركة مباشرة من الجمهور عبر الاتصالات الهاتفية، بما يوجد نوعًا من البرلمانات الشعبية بشأن القضايا الجوهرية؛ كل ذلك يضع تلك البرامج الإعلامية في مقدمة الخطوات الضرورية للنهوض بواقع الوعي الإعلامي العربي؛ مما يُوجد توترًا إيجابيًّا يخدم الحقيقة، ويشارك في صنع الواقع بقدر أكبر من الحيادية والموضوعية. (١)

إن التثقيف العام بما تحتويه الفضائيات من المضار والإيجابيات الواقعة على أبناء الأمة ضرورة، لا تقع فقط على عاتق الفضائيات والأسرة والمؤسسات التعليمية والدعاة والمصلحين فحسب، بل يجب أن تتعدى ذلك بكثير؛ فيلزم أن تتكاتف جهود المؤسسات المدنية المتنوعة للوصول إلى أعلى نتيجة ممكنة، فيجب توفير شبكات للمعلومات، وإنشاء مكتبات تضم المراجع والمصادر الأساسية للدين الإسلامي، وإقامة معارض متنوعة تجسد معالم وآثار الفضائيات الإسلامية، وتحذر من القنوات الغربية والمستغربة، وكذا تنظيم مؤتمرات وندوات متخصصة لعرض وجهات النظر الإسلامية في العديد من القضايا المتعلقة بالفضائيات؛ مما يساهم في توسع دوائر الاهتمام بالفضائيات الإسلامية والإصلاحية، ويحفِّز على تكوين صورة موضوعية لأبناء الأمة، ويوفر فرصًا أوسع لاطلاع الغربيين على الوجه الحقيقي للإسلام.

وهذه الدعوة ليست بالجديدة؛ فإن كثيرًا من المؤسسات الإسلامية الكائنة في أمريكا والدول الأوروبية تقوم بنشاط حيوي في ميدان التثقيف العام في المجتمع

---

(١) الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، د. عبد القادر طاش، السعودية، مكتبة العبيكان، الطبعة الأولى ص ٩٢.

الأمريكي، مثل المجلس الإسلامي الأمريكي في واشنطن، والذي تأسس عام ١٩٩٠م، وجاء إنشاؤه تتويجًا لجهود سابقة قام بها المسلمون الأمريكيون من أصول إفريقية، عندما أقاموا أول مؤتمر لتنمية الوعي السياسي لدى مسلمي أمريكا، وزيادة فاعليتهم وتأثيرهم الثقافي والسياسي في المجتمع الأمريكي عبر القنوات التشريعية والسياسية.[١]

وفي لندن تأسس «المجلس الإسلامي العالمي» في ديسمبر ١٩٨٩م بوصفه هيئة ذات طبيعة عالمية تهدف إلى «خدمة الإسلام على مستوى عالمي، ومجاهدة الأخطار والأفكار المعادية له»، ويطمح المجلس إلى «تكوين رأي عام إسلامي قوي ورشيد بشأن القضايا العالمية المهمة»، ويتطلع المجلس إلى «بحث القضايا الإسلامية المعاصرة، وإيجاد الحلول المناسبة لها»، ويحدد المجلس -في نظامه الأساسي- بعض الوسائل التي يستعين بها لتحقيق أهدافه، ومن أهمها: تنظيم المؤتمرات والندوات والدورات العلمية، وإنشاء مراكز ووحدات للدراسة والبحث، وإصدار الصحف والمجلات والكتب، وإعداد البرامج الإذاعية والتلفازية، ورصد ما يُكتب ويُقال عن الإسلام والمسلمين، وغير ذلك من الوسائل، ويولي المجلس قضية الصورة المشوهة للإسلام في الغرب جلّ اهتمامه.[٢]

لقد حذا الكثير من وسائل الإعلام حذو تلك المؤسسات، سواء في الغرب أو داخل الوطن العربي والإسلامي، في نشر الوعي بين أبناء الأمة، ولكن هناك بعض التراجع الملاحظ في أداء الإعلام العربي الموجه نحو خارج الوطن العربي من أجل الدفاع والتبرير ودفع الاتهامات التي يمكن أن تُلصق به في كل مناسبة، وذلك بعد أحداث الحادي عشر من أيلول ٢٠٠١م، وازداد منطق التخلي عن فكرة

---

(١) المصدر السابق.

(٢) النظام الأساسي للمجلس الإسلامي العالمي، لندن.

التصدي أو المواجهة للعدوانية الأمريكية والصهيونية، وأضحى الحديث عن وحدة الأمة العربية في مواجهة الأطماع، وكذلك حق العرب في المقاومة، ورفض الاحتلال، حديثًا شبه محرم؛ خوفًا من تهمة تشجيع الإرهاب، ويظهر ذلك بوضوح في تقليد بعض القنوات الفضائية العربية للمنطق نفسه الذي تتبعه قناة «الحرة» الأمريكية في توصيف المقاومين والمجاهدين الفلسطينيين والعراقيين بأنهم مجرد مسلحين، أو خارجين عن القانون، أو حتى قتلة وإرهابيين، وتقلصت البرامج الحوارية التي تتناول قضايا قومية معاصرة، إلا من بعض الاستثناءات، واتسعت مساحة البرامج الترفيهية ومسابقات التسلية، وكل ما من شأنه أن يُبعد تهمة الوقوف إلى جانب النضال العربي، ومساندة المقاومة المشروعة في فلسطين والعراق.[١]

ومما تجدر الإشارة إليه أن الدول الغربية قاطبة تحارب وتقاوم عمليات الوعي الإعلامي من قبل القنوات الإسلامية، سواء أكانت عبر الصحف أم الإنترنت أم الفضائيات، فهي تسعى بكل ما أُوتيت من أدوات مالية وتقنية للسيطرة والاستحواذ على عقول أبناء الأمة، وذلك بعد فشلها في الحملات العسكرية، ويتضح ذلك من مقولة أحد الوزراء الفرنسيين بعد انسحاب قوات بلاده من الجزائر: «إن ما لم تستطع فرنسا أن تحققه بقوة السلاح في الجزائر وشمال إفريقيا سوف تحققه بالثقافة بعد ذلك»[٢]، قالها عابرة لمن سمعها في حينها، ولكن الأيام أثبتت صدق تلك المقولة.

لم تكن فرنسا وحدها هي التي تسعى للاستحواذ على أكبر قدر من العقول

---

(١) الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، د. صباح ياسين، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٦م، بتصرف.

(٢) التربية الإعلامية ومواجهة أخطار القنوات الفضائية، ناصر عبد العزيز، مقال منشور في أكثر من موقع إلكتروني.

باستخدام آلياتها الثقافية، بل إنها تأتي ضمن مجموعة كبيرة من الدول المستعمرة، ولكن على الطراز الجديد من الاستعمار، ليس الاستعمار التقليدي، بل استعمار القلوب والعقول.

لقد باتت الفضائيات الغربية -بفضل ما تمتلكه من وسائل تقنية متقدمة، وتكنولوجيا فائقة القدرة، وقدرات مالية ضخمة- تؤثر في العالم، وبات بعض شبابنا يتأثرون بصورة ملحوظة بما تصدّره الفضائيات إلينا من أفكار وفلسفات وسلوكيات وأخلاقيات لا تمُتّ إلى مجتمعنا وثقافتنا بشيء، ولا يمكن مواجهة ذلك التحدي الخطير إلا بالوسائل والأدوات نفسها، فلا يمكن مواجهة الإعلام الغربي عامة إلا بإعلام إسلامي ملتزم وقوي ومؤثر، ولا سبيل لمواجهة ثقافة الصورة الشديدة التأثير في الرأي العام العالمي إلا بالطريقة نفسها مع اختلاف المضمون والمحتوى.. وهذا هو الطريق الصحيح لمواجهة تحديات الإعلام الغربي، وبدلاً من أن نتحدث دائمًا عن غزو الإعلام والثقافة الغربية، يجب علينا الاستفادة من الوسائل المتاحة لنا في تقوية إعلامنا؛ بحيث يكون مؤثرًا في مختلف شرائح المجتمع، وصوته مسموعًا في أرجاء العالم.[١]

إن القوة التي تمتلكها الفضائيات للتأثير على جميع طبقات المجتمعات جعلت الجميع يُقرّون بأهمية الفضائيات وفوائدها غير المحدودة في مجالات الحياة والنشاطات الإنسانية، ولذلك كان على العقلية الإسلامية أن توظف وتستخدم القنوات الفضائية بالطريقة التي تحوِّل ما نراه من سلبيات الفضائيات إلى إيجابيات تُستثمر في نشر وبثّ ما هو مفيد ونافع، ومحفّز للخير والتقدم في جميع مجالات الحياة، ويحافظ في الوقت نفسه على القيم والمبادئ الدينية والإنسانية والأخلاق القويمة التي يحرص عليها كل إنسان سويّ في هذا العالم.

---

(١) الشباب والإعلام بين الواقع والمطلوب، عبد الله أحمد اليوسف، مقال منشور على الإنترنت.

هذا والإعلام الإسلامي الفضائي ما زال متواضعًا للغاية، ومع الوجود القوي لمحطة اقرأ التابعة لشبكة art، وما تبعها من قنوات أخرى كالمجد والفجر والناس والرحمة والهدى (الناطقة بالإنجليزية)، إلا أن الإعلام الفضائي العربي ما زال محكومًا بالقاعدة المتبعة في الوسط الإعلامي عمومًا، وهي العلمانية البحتة؛ حيث يتم الفصل القسري للدين عن خطة العمل، ويخصص وقت محدد من البث للبرامج التي يتم تصنيفها كبرامج دينية تضاف إلى تشكيلة البرامج الأخرى، ولا تخرج عن حدودها، بينما يظل الاتجاه العام للقنوات الفضائية محكومًا بأيديولوجية العلمنة التي يفترض منظِّروها أنها الحل الوسط- الحيادي- حتى في عالمنا الإسلامي، وبغضّ النظر عن خصوصية الإسلام أو المجتمع الذي يسوده منذ أربعة عشر قرنًا.[١]

وهنا تظهر أهمية دور الرقابة الإعلامية في القنوات الإسلامية للحفاظ على قيم، وعادات، وتقاليد، وثوابت، وعقائد المجتمع العربي والإسلامي فهي تعمل على:[٢]

١-منع بعض الرسائل ذات المعاني المنافية لديننا الحنيف ولأخلاقنا وعاداتنا.

٢-تغيير في بعض الرسائل حتى تصبح ملائمة لمجتمعاتنا، وذلك بالحذف أو الإضافة أو التعديل.

٣-العمل على إبراز أو تقليل أهمية موضوع بعينه للمشاهدين.

٤-التأثير على بعض وسائل الإعلام الأخرى، وذلك بعرض أفكار بعض الكُتَّاب الهدامة، وتحذير المتابعين منها.

---

(١) الإعلام الفضائي العربي: العلمانية في عقر ديارنا!، أحمد دعدوش، الموقع الإلكتروني لمجلة القلم.

(٢) كتبت تلك النقاط بناء على ما اطلعت عليه مما تقوم به بعض القنوات الفضائية الإسلامية المتخصصة من عملية فرز وتهذيب لكل المواد المعروضة عبر شاشتها.

ومع ما يظهر من ضعف في القنوات الإسلامية الناتج عن ضعف القدرات المهارية، وأيضًا المالية، إلا أن ما تؤديه الفضائيات الإسلامية على الساحتين العربية والإسلامية هو عمل ضخم، فلقد تمكنت القنوات الإسلامية من الوصول إلى شرائح المجتمع كافة، وكثير من هذه الشرائح كان أو ما زال يعيش في التيه؛ فازدادت علمًا بفضل ما تقوم به القنوات الإسلامية من تثقيف وتعليم وإخبار عن حياة المسلم كما ينبغي أن تكون، سواء في الجانب التعبدي أو التعاملي.

إن نسبة الأمية في الوطن العربي تصل إلى ٤٠٪ على حد بعض الإحصائيات، وهذا جعل من الصعوبة بمكان التواصل بين الكتاب أو الصحيفة أو المجلة وذلك الرجل البسيط الذي لا يُجيد القراءة، ولكن بفضل انتشار التلفاز في معظم البيوت في وقتنا الحاضر جعل من السهولة بمكان تثقيف وتعليم هذه الشرائح المنسية إعلاميًّا - قبل الفضائيات - بأمور دينها ودنياها أيضًا.

لم يقتصر دور الفضائيات على تقديم العبادات والمعاملات للمشاهد، بل تعدى ذلك في كثير من القنوات، وذلك بحسن استغلال هذه الطريقة الدعوية بفضل المشايخ والعلماء والدعاة؛ فنجد بعض القنوات الإسلامية تسعى لجلب وجذب فئات من الشباب والفتيات وضمهم إلى قافلة التدين، حتى إننا الآن لا نستغرب من حديث شاب مع صديقه عن برنامج في إحدى القنوات يقدمه (س) من الدعاة أو العلماء، وعن براعة الشيخ في توصيل المعلومة، وأنه - أي الشيخ - استطاع أن يُنسِي الناسَ أحوالهم الشخصية المهمة لمتابعة برنامج يقرأ فيه الواقع الذي نعيشه بعيون إسلامية.

لقد استنهض ما حلَّ بالمجتمعات الإسلامية؛ نتيجة لعوامل التغريب المختلفة، ومنها الفضائيات، كثيرًا من المصلحين والدعاة، فكل منهم حاول أن يُدلي بدلوه في إمكانية المساهمة والمساعدة للوصول بالقنوات الفضائية الإسلامية إلى الخير

المنشود، فهذا بما أعطاه الله من مال، وذاك بما أعطاه الله من علم، وهذا بما أنعم الله عليه من قدرة على الدعوة، وحُسن توصيل مراد الشارع لعباد الله بكافة شرائحهم.. وهكذا، تم التكامل والتكاتف في عمل عدد لا بأس به من القنوات الفضائية، التي استطاعت أن تؤثر تأثيرًا بَيِّنًا واضحًا في المجتمعات الإسلامية، إلا أن هذا الجهد الطيب يجب أن يوضع في بوتقة الإرشاد والتوجيه من قبل المتخصصين في هذا العلم، فلقد لوحظ وجود كثير من الأخطاء أو الهفوات من القائمين على تلك القنوات، كان يجب عليهم أن يتداركوها.[١]

لقد تزامن ابتداء بث العديد من القنوات الفضائية الإسلامية في فترة وجيزة، مقارنة بالقنوات الأجنبية ذات الاهتمام الديني، ونتج عن هذا تكرار في الكثير من خطة وخريطة البث، وكذلك المادة المقدمة، بل في كثير من الأحيان كادت أسماء البرامج أن تكون متشابهة، حتى وصل الأمر إلى أن مُعِدّ هذا البرنامج هو نفسه معد البرنامج الشبيه في القناة الفضائية الأخرى، وإذا كانت هذه هي النتيجة على مستوى القنوات، فالنتيجة الأصعب كانت على المشاهد والمتابع؛ إذ أصابه نوع من الملل في كثير من الأحيان من البرنامج الأصلي ومن البرنامج المنسوخ.

ومن أهم المآخذ على القنوات الفضائية الإسلامية:

١-الهاجس الأمني فبعض القنوات الإسلامية التي لوَّحت ببعض الممنوعات (مثل الدخول مع الحكومات في بعض المهاترات - التركيز على الجانب الجهادي - بعض القنوات ذات اتجاه حزبي، لكنها بلسان إسلامي أو من منطلق إسلامي.. إلخ)؛ فهي تتأثر سلبيًّا بإغلاق قناة، أو تحذير قناة مما يجعلها تضع الحواجز الكثيرة المتوهمة بشأن بعض الموضوعات التي يتطلع لها كثير من المشاهدين الذين لا

---

(١) تم كتابة هذه الملاحظات بعد متابعة العديد من القنوات الإسلامية المشهورة مثل (الناس، المجد العامة، اقرأ، الرسالة، دليل، المستقلة، الفجر، الرحمة، الحكمة، العفاسي).

يجدون المتنفس لهم إلا في قنوات غير إسلامية، وكان الأولى بهذه القنوات بدلاً من الوقوع في هذه السلبية أن تقوم بتعديل عملية طرح المواد ذات الحساسية، ولقد رأينا كثيرًا من القنوات الإسلامية في أحداث مجزرة غزة (بداية عام ٢٠٠٩م)، تتحدث بكل وضوح وصراحة، وكان النقل حيًّا لمشايخ وعلماء ودعاة بشأن تخاذل بعض الجهات المسؤولة في بعض الدول العربية والإسلامية دون أي تحفظ ملحوظ.

٢-انطبع في أذهان كثير من المشاهدين والمتابعين للبرامج الدينية في القنوات الفضائية الإسلامية حالة الجمود والصرامة التي قد يطرحها أصحاب الفضيلة المشايخ والعلماء، فلا يكاد يُرى الشيخ يبتسم، وهو يلقي درسَ علمٍ أو حلقةَ وعظٍ، مع التركيز على سلبيات المجتمعات العربية والإسلامية - وإن كان هذا أقرب للواقع- دون إلقاء الضوء على الإيجابيات الموجودة في المجتمعات العربية والإسلامية، ودعم هذه الإيجابيات وجعلها أساسًا للانطلاق نحو معالجة تلك السلبيات.

٣-انعدام عوامل الجذب في البرنامج الواحد، أو قد يكون في عدد من البرامج، مع وضوح الرتابة في العمل الإعلامي في الفضائيات الإسلامية، كمن عنده بعض المعلومات التي يريد أن يسكبها في عقول وأسماع وأبصار المشاهدين، دون التفكير في عملية القبول لدى المشاهد، ودون سؤال هل هناك استمتاع لدى المشاهد، وهو يتلقى تلك المادة الإعلامية الإسلامية أم لا؛ وهل المادة المعروضة بديل إسلامي ممكن أن يترك الشخص العادي ذلك الغثاء الموجود في القنوات الفضائية الأخرى، ويتجه للقنوات الإسلامية لكي يتابعها، وذلك بالطبع يتوقف على جانب التشويق والإمتاع في المادة المقدمة، أم هو واجب يؤدَّى دون النظر للنتيجة.

٤-البرامج الإسلامية أو القريبة منها في القنوات الفضائية العامة أقرب للواقع الحي الذي يعيشه المشاهد من تلك المقدمة في القنوات الإسلامية، وأقصد بكلمة أقرب من الجانب السياسي والاجتماعي، وفي الموضوعات المطروحة بشكل عام، فعامل الجرأة مهم جدًّا في العمل الإعلامي. ففي تلك البرامج الإسلامية في القنوات العامة نجد أن موضوع الحلقة يكون من الموضوعات الحية، ويقوم مقدم البرنامج بإطلاع المشاهدين على رأي الشارع الحكيم في القضية، وكذلك يقوم بالاتصال بالمسؤولين الحكوميين أو من يمثلهم لتقريب وجهات النظر.

٥-لقد لاحظت أكثر من مرة أن مدة إعلان تجاري في قناة ما امتدت أكثر من ٢٠ دقيقة (والأصل في المادة الإعلانية في القنوات الفضائية ألا تزيد عن ٤٠ ثانية على أقصى تقدير)، وهذا مما لاشك فيه يجعل المشاهد يشعر بالملل والنفور من هذه الإعلانات، وقد يتعدى الأمر ذلك بالابتعاد عن تلك القناة، والأكثر من ذلك أن يأتي هذا الإعلان الطويل خلال برنامج يُقبل عليه المشاهدون مما يُفقد البرنامج حيويته وقبوله لدى المشاهدين.

٦-القنوات الفضائية بشكل عام هدفها الأساسي جذب أكبر قدر ممكن من المشاهدين ولذلك نجد أن كلاً منها يعمل للوصول لهذا الهدف على حسب الأيديولوجية التي يتبناها، فهذا مهتم بالبرامج الهابطة، وهذا مهتم بالأفلام والمسلسلات والمسرحيات، وهذا بالأخبار وهكذا، ولكن يجتمع الجميع على الهدف ذاته، أي جذب المشاهدين، وهو الذي يجب أن تضعه القنوات الإسلامية نصب أعينها.

٧-يجب على القنوات الإسلامية عدم تناسي أو إغفال تلك الأقليات المسلمة الموجودة في شتى بقاع العالم، فلا يكاد يُذكر أحوال المسلمين واحتياجاتهم في أدغال إفريقيا أو في روسيا، أو أحوال المسلمين العاملين في دول الخليج أو المبتعثين

المسلمين في أمريكا وكندا ونيوزلندا وغيرها من الدول، مع ضرورة وجود برامج حية تستقبل استفسارات وأسئلة تلك المجموعات من المسلمين في أنحاء العالم، وإلقاء الضوء على مشكلاتهم، والسعي لمعالجة تلك المشكلات.

٨-قدمت تلك القنوات الفضائية برامج خاصة بالفتوى على شكل سؤال وجواب، سواء أكان على الهواء مباشرة أم بالطرق التقليدية (فاكس - بريد إلكتروني - بريد عادي)، مما كان له أثر طيب وأثلج قلوب كثير من المسلمين، وهذا قرَّب الكثير من الناس إلى تلك القنوات، وكذلك قرَّب الناس من الدين، إلا أن المشكلة في هذا الأمر تكمن في من نستفتي؟ ومن الذي يُجيب على الأسئلة؟ وما هي المعايير الموضوعة لهؤلاء المفتين؟ فهل كل من يجد في نفسه القدرة على الفتوى له أن يفتي دون أن تتوفر فيه شروط ومؤهلات الإفتاء؟!

فكان لابد من وضع ضوابط ومعايير للمفتين، ولقد ظهر الكثير من الفتاوى التي أثارت حفيظة كثير من الناس، وشغلتهم لفترات طويلة، مثل فتوى إرضاع الكبير، وإقامة المساجد بأموال كُسبت من حرام (مساجد قام ببنائها الفنانون من المطربين والراقصات).

إن الإعلام الإسلامي يواجه تحديات لا يواجهها أي إعلام آخر؛ إذ إن عليه أن يجمع بين الجاذبية والالتزام، ولذلك فإنه لا يستطيع أن يتغذى على شهوات الناس ورغباتهم، كما لا يستطيع مخادعة الناس واستغلالهم - كما يفعل الإعلام الآخر - ولكن مع هذا فإن ترسيخ وجوده في الساحات العالمية ليس بالأمر المستحيل إذا توافر لدينا ما يكفي من الوعي والإخلاص والعزيمة.[1]

وعليه يجب أن تتكاتف الجهود الإسلامية، فأغنياء المسلمين مطالبون ببذل

(١)المسلمون والاستثمار في الإعلام.. الواقع والآفاق، د. عبد الكريم بكار، مقال منشور في أكثر من موقع إلكتروني.

الأموال ووقف الأموال من أجل إنشاء المؤسسات الإعلامية، وإن الدعاة والمثقفين مطالبون بأن يسعوا في بناء الأطر الإعلامية، وتأسيس مؤسسات الإنتاج الإعلامي، وتوجيه الطاقات الشابة من أجل العمل في هذا المجال المهم، أما جمهور المسلمين فإن دعمهم للإعلام الإسلامي يتمثل في شراء منتجاته وقراءتها، وفي الإعلان في وسائله، وفي التفاعل مع الرسالة الإعلامية التي يقدمها لهم. [١]

يعد الأمل المنشود من وسائل الإعلام تجاه المجتمعات ذات الأصول والجذور الواحدة أن تقوم بزيادة عرى الروابط، وتفعيل المشاركات الإيجابية في المجالات المختلفة من عوامل تنموية وسياسية واقتصادية.. وغيرها في مختلف نواحي الحياة، وكذلك السعي لتوحيد الكلمة في مجريات الأمور، بخاصة ذات الطابع المشترك، وهذا ما ينطبق على الشعوب والمجتمعات العربية والإسلامية.

فالإعلام الذي يتزايد تداوله هو الذي يقوم بإحداث التغيير في المجتمع، وهو الذي يهيئ المناخ لوحدة الأمة، فيجعل كل إقليم يلم بشؤون الأقاليم الأخرى، أناسه وفنونه وعاداته وسياساته، ويجعل القادة الوطنيين يحدثون الشعب، كما يجعل الشعب يحدث قادته، كما يحدث نفسه، ويجعل الحوار فيما يتعلق بسياسة الدولة ميسورًا على نطاق الوطن كله، ويجعل الأهداف والمنجزات الوطنية ماثلة دائمًا في أذهان العامة، ويستطيع الإعلام العصري أن يساعد على توثيق عرى البلاد بجماعاتها المتباعدة وثقافتها الفرعية المتباينة، وأفرادها وجماعاتها المنطوية على نفسها، وذلك إذا أُحسن استخدامه. [٢]

هذا وما ذُكر آنفًا هو الأصل الذي يجب أن تكون عليه أمة تقاربت فيها

---

(١) المصدر السابق.

(٢) أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، شرام ولبور، ترجمة محمد فتحي ويحيى أبو بكر، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر.

الثقافة، واللغة، والاهتمامات، وحتى الدين -فأغلب الدول العربية تدين بالإسلام-، وكذلك المحافظة على عادات وتقاليد الآباء والأجداد إلى حد كبير، إلا أن الغرب والشرق لا يريد ذلك لأمتنا، ويسعى بكل ما أوتي من قوة لبث الفُرقة، ونشر العداوات بين الدول العربية والإسلامية بعضها مع بعض من جهة ومن جهة أخرى؛ جعل كل دولة مهتمة بما يحيط بها من أحداث، مع غض الطرف عما يحدث في البلد المجاور، الذي هو في الأصل شقيق لها.

ولما كانت نشأة الإعلام العصري - إن صح التعبير - في أحضان الغرب، مما جعل له اليد العليا على المدى البعيد للتحكم في كثير من مجريات الأمور في بلدان كثيرة، وخاصة العالم الثالث، ومنه المجتمعات العربية والإسلامية، واتجهت الرسالة الإعلامية - خاصة عبر الفضائيات- إلى منحى يتجه إلى التضليل، وإلباس الحق ثوب الباطل، وإظهار الجاني بمظهر الضحية، والعكس صحيح؛ ومن ذلك:

١-ما يُشاع من ربط الإسلام بالإرهاب، وما يُبَث ويتناقل من حب اليهود للسلام!

٢-البعد عن الدقة والعلمية عند الحديث عن المسلمين فتجدهم يروِّجون لممارسة حكومة السودان للرقّ في الجنوب، والتطهير العرقي في دارفور، ونحو ذلك.

٣-التطفيف، وازدواجية المعايير، وسياسة الكيل بمكيالين؛ إذ يعد الإعلام العالمي الحركتين الانفصاليتين في إندونيسيا وجنوب السودان حركات تحررية مشروعة، بينما حركتا المجاهدين في كشمير وجنوب الفلبين حركات إرهابية غير مشروعة[١].

٤-الانحياز التام ضد الفكرة الإسلامية الصحيحة، والسعي الدؤوب لزرع بذور التفرقة بين المسلمين -وهذا الكيد الذي لم ينقطع منذ أيام عبد الله بن أبي ابن

---

(١) صدر هذا الكتاب بعناية الدكتور محمد العبدة، ونشر منذ عدة سنوات.

سلول- مرورًا بكتاب الوزير الروماني (ت. ج. دجوفارا)، الذي ظهرت طبعته الأولى باللغة الفرنسية عام ١٩١٤م، بتقديم لويس رينو الأستاذ في كلية الحقوق وكلية العلوم السياسية، كل ذلك كشف عن مدى جدّية الأوروبيين واهتمامهم بالقضاء على وحدة الأمة الإسلامية، في ظل كيان الدولة العثمانية. وعنوان الكتاب «مائة مشروع لتقسيم تركيا»[١]، وهو موجود في أرشيف وأوراق وزارات خارجية الدول الأوروبية، وتبلغ صفحات الكتاب ٦٥٠ صفحة من القطع المتوسط.[٢]

وكذلك قام الإعلام الغربي بالترويج لاتفاقيات سايكس بيكو، وسان ريمو، واتفاقيات باريس، التي قُسمت بموجبها البلاد العربية والإسلامية إلى مناطق نفوذ واستعمار بين الدول الأوروبية إلى تصريحات المستشرق اليهودي المعاصر (برنارد لويس) التي يقول فيها: «إن المنطقة الممتدة من باكستان حتى المغرب ستبقى في حالة اضطراب إلى أن يُعاد النظر في الخريطة السياسية لدولها»[٣]، والتي ظهرت آثارها الآن في كشمير والسودان وغيرها من دول العالم.[٤]

ومع كل هذه المحاولات الغربية والشرقية الساعية للسيطرة على عقول المجتمعات العربية والإسلامية إلا أننا نجد نوعًا من التماسك في القضايا الكبرى التي تنصب في صُلب العقيدة الإسلامية، مثل ما رأينا في أحداث غزة أوائل ٢٠٠٩م، وقبلها غزو العراق، والرسوم المسيئة، وحرق القرآن الكريم في أفغانستان وجوانتامو، وغيرها من الأحداث العظام التي لحقت بالأمة العربية والإسلامية.

---

(١) التطلع للوحدة، حسن الصفار.

(٢) المصدر السابق.

(٣) هل الإسلام هو الهدف؟ محمد السماك، مجلة الوعي الإسلامي الكويتية، ص ٤٢ عدد ٣٣٨ شوال ١٤١٤هـ.

(٤) دور الرسالة الإعلامية في توحيد المسلمين حول قضاياهم الكبرى، نزار محمد عثمان، مدير إذاعة طيبة، مقال منشور في أكثر من موقع.

لقد فُرِضَ على الإعلاميين وبخاصة الإسلاميين منهم استغلال مثل هذه الأحداث للعمل على توحيد الأمة، فمنذ انفرط عِقْد الأمة بالقضاء على الخلافة الإسلامية ١٩٢٤م على يد مصطفى كمال أتاتورك [1] لم تجتمع الأمة على مثل ما اجتمعت عليه في هذه الأحداث العظام التي ألَمَّت بالأمة.

وهنا تأتي فائدتان عظيمتان ناتجتان عن محاولات اجتماع وتوحيد الأمة على قضاياها الكبرى عبر وسائل الإعلام، وخاصة الفضائيات، وهي ترسيخ تلك القضايا في عقول ونفوس الناشئة خاصة الأطفال والشباب، وثانياً تفعيل تلك القضايا ومواجهة المحاولات الغربية والشرقية الداعية لنسيان تلك القضايا، أو تفكيكها، أو حصرها على أبناء شعب أو إقليم دون آخر، مع كل القواسم المشتركة المشار إليها سابقًا.

ويجب التنويه إلى ضرورة أن تكون القضايا التي يتم بحثها عبر الفضائيات

---

(١)ولد مصطفى كمال سنة (١٢٩٩هـ - ١٨٨٠م) بمدينة «سالونيك» التي كانت خاضعة للدولة العثمانية، أما أبوه فهو «علي رضا أفندي» الذي كان يعمل حارسًا في الجمرك، وقد كثرت الشكوك بشأن نسب مصطفى، وقيل: إنه ابن غير شرعي لأب صربي، أما لقب «كمال» الذي لحق باسمه فقد أطلقه عليه أستاذه للرياضيات في المدرسة الثانوية، ويذكر الكاتب الإنجليزي «هـ.س. أرمسترونج» في كتابه: «الذئب الأغبر» أن أجداد مصطفى كمال من اليهود الذين نزحوا من أسبانيا إلى سالونيك، وكان يطلق عليهم يهود الدونمة، الذين ادعوا الدخول في الإسلام.
وبعد تخرجه في الكلية العسكرية في استانبول عُيِّن ضابطًا في الجيش الثالث في «سالونيك»، وبدأت أفكاره تأخذ منحنًى معاديًا للخلافة، وللإسلام، وما لبث أن انضم إلى جمعية «الاتحاد والترقي»، واشتهر بعد نشوب الحرب العالمية الأولى حين عين قائدًا للفرقة ١٩، وانهزم أمامه البريطانيون مرتين في شبه جزيرة «غاليبولي» بالبلقان مع قدرتهم على هزيمته، وبهذا النصر المزيف رُقّي إلى رتبة عقيد ثم عميد، وفي سنة (١٣٣٧هـ - ١٩١٨م) تولى قيادة أحد الجيوش في فلسطين، فقام بإنهاء القتال مع الإنجليز - أعداء الدولة العثمانية - وسمح لهم بالتقدم شمالاً دون مقاومة، وأصدر أوامره بالكفّ عن الاصطدام مع الإنجليز، وكان من ركائز الغرب للقضاء على دولة الخلافة.

وغيرها من وسائل الإعلام، والتي تهدف لتوحيد كلمة المسلمين فيها، أن تكون ذات رؤية مبنية على أسس عقائدية وليست عرقية أو قومية، فلقد أذاقتنا تلك الدعاوى الفاسدة الويلات عبر تلك العقود من بعد سقوط الخلافة.

ولنا في المهاجرين والأنصار أسوة حسنة؛ فلقد كان يفرقهم الكثير من الأمور مثل اللهجة والطباع وحب المنشأ -البلد- وغيرها من الأمور الحياتية التي لم تمنعهم من التجمع على قضيتهم الكبرى، وهي همّ رفعة هذا الدين ونشره والدعوة إليه، والحفاظ عليه بكل ما آتاهم الله من قوة.

تُعد العوامل المؤثرة التي يجب أن ترتكز عليها كل من الفضائيات، وباقي وسائل الإعلام لحثّ المسلمين على التوحد، ونبذ الفرقة، كثيرة ومتنوعة، وهي أكثر من أن تُحصى ضمن هذا البحث، ولكننا نلقي الضوء على بعضها فقط:

اللغة العربية: فلقد اتخذ العرب عامة اللغة العربية أساسًا للتعارف، وتُعد العربية أكبر لغات المجموعة السامية من حيث عدد المتحدثين، وإحدى أكثر اللغات انتشارًا في العالم، يتحدث بها أكثر من ٤٢٢ مليون نسمة [1]، ويتوزع متحدثوها في منطقة الخليج العربي وشمال إفريقيا بالإضافة إلى العديد من المناطق الأخرى المجاورة كالأحواز وتركيا، وتشاد ومالي، والسنغال وإريتريا.

وللغة العربية أهمية قصوى لدى المسلمين، فهي لغة مصدري التشريع الأساسيين في الإسلام: القرآن الكريم، والسُّنّة النبوية، وبانتشار الإسلام، وتأسيسه دولاً، ارتفعت مكانة اللغة العربية، وأصبحت لغة السياسة والعلم والأدب لقرون طويلة في الأراضي التي حكمها المسلمون، وأثرت العربية تأثيرًا مباشرًا أو غير مباشر على كثير من اللغات الأخرى في العالم الإسلامي، كالتركية

---

(١) موقع ويكيبيديا، الموسوعة الحرة على الشبكة العنكبوتية، نشرت هذه الإحصائية في منتصف عام ٢٠٠٧م.

والفارسية، والألبانية، واللغات الإفريقية الأخرى، واللغات الأوروبية كالروسية والإنجليزية والفرنسية، والأسبانية والإيطالية، والألمانية. كما أنها تدرس بشكل رسمي أو غير رسمي في الدول الإسلامية والدول الإفريقية المحاذية للوطن العربي.[١]

العقيدة الإسلامية هي المنطلق الأم في الوطن العربي، وعليها يجتمع أكثر من ٩٠٪ من العرب في شبة الجزيرة العربية وشمال إفريقيا، وعندما نتحدث عن العقيدة الإسلامية؛ فإننا نتحدث عن القرآن والسنة والشرائع المختلفة التي يجتمع المسلمون عليها، وهي أمور عظيمة يجب أن ينتبه لها رجال الإعلام، ويستغلوها لزيادة الروابط، وتعضيد مواقف المسلمين، مع أهمية تجنيب الشعوب لأي خلافات حادثة بين السياسيين، ولنا في الاتحاد الأوروبي أسوة في ذلك، اختلاف دول الاتحاد في اللغات، والمنافسات الاستعمارية، واختلاف أجندات دوله، إلا أنهم اتفقوا على الاجتماع، ونبذ الفرقة، فلا أحد ينكر المرحلة العصيبة التي تمر بها الثقافة الإسلامية عامة مع تضافر الجهود الغربية، ومن يتبعهم من بني جلدتنا لكبح أيّ مشروع إسلامي متطور هادف للتغيير والتجديد، وإعادة بناء الحضارة الإسلامية التي بات أبناؤها مهددين بفقدان الهوية.

العادات والتقاليد: وأقصد بها الأصول والنخوة العربية، والداعي النفسي للشهامة وعزة النفس، والمحافظة على النشاط الاجتماعي المتمثل في نبذ الرذيلة، والحفاظ على القيم السامية، وبغض كل ما يدعو لخلاف ما رَبَّى الأجدادُ عليه الآباء، ومن بعدهم الأبناء، فقد يتحدث أحد الإعلاميين في الفضائيات عن ظاهرة مثل ظاهرة الحجاب مثلاً، ويكون الأمر يسيرًا لتوصيل ما عنده عندما يستثير عند المشاهدين جذور النخوة، وهذا يرجعنا للمربي الأعظم محمد ﷺ وموقفه من ذلك الشاب الذي طلب منه الإذن في الزنا، فكان رده كما جاء في

---

(١) موقع ويكيبيديا، الموسوعة الحرة على الشبكة العنكبوتية، بتصرف.

حديث أبي أمامة -رضي الله عنه- قال: إن فتًى شابًّا أتى النبي ﷺ فقال: يا رسول الله ائذن لي في الزنا، فأقبل القوم فزجروه، وقالوا: مه مه[1]!، فقال له: «ادنه» – أي اقترب مني–، فدنا منه قريبًا، قال: أتحبه لأمك؟ قال: لا والله، جعلني الله فداءك، قال: «وكذلك الناس لا يحبونه لأمهاتهم»، قال: أفتحبه لابنتك؟ قال: لا والله يا رسول الله، جعلني الله فداءك، قال: «وكذلك الناس لا يحبونه لبناتهم»، قال: أفتحبه لأختك؟ قال: لا والله، جعلني الله فداءك، قال: «وكذلك الناس لا يحبونه لأخواتهم»، قال: أفتحبه لعمتك؟، قال: لا والله، جعلني الله فداءك، قال: «وكذلك الناس لا يحبونه لعماتهم»، قال: أفتحبه لخالتك؟ قال: لا والله، جعلني الله فداءك، قال: «وكذلك الناس لا يحبونه لخالاتهم»، قال – راوي الحديث– فوضع النبي ﷺ يده عليه، وقال: «اللَّهُمَّ اغفر ذنبه، وطهِّر قلبه، وحصِّن فرجه»، فلم يكن بعد ذلك الفتى يلتفت إلى شيء»[2]، وبهذا الأسلوب الرائع من الرسول الكريم ﷺ استطاع أن يستثير ما جُبل عليه ذلك الفتى دون أن يلمح قط لأي آية أو أمر منه ﷺ لحرمة ذلك الفعل.

وبعد تفنيد عدد من القواسم المشتركة التي يمكن أن تكون منطلقات تبدأ منها الفضائيات وأخواتها من وسائل الإعلام لدعم أهداف توحيد المجتمعات العربية والإسلامية في أكثر من مصدر وجدتها، كلها تنبثق من هذه الركائز الثلاث (اللغة - العقيدة - العادات والتقاليد)، وعليه يجب أن يضع الإعلاميون، وخاصة في الفضائيات، تلك الركائز نصب أعينهم، وأن يجعلوا قضية توحيد المسلمين من أولوياتهم وأهدافهم السامية.

---

(١) مه: كلمة زجر، وهو اسم فعل أمر بمعنى: اسكت، وقيل معناها: ما هذا؟ انظر شرح النووي على مسلم (٣/ ١٩٣).

(٢) رواه الإمام أحمد عن أبي أمامة، وذكره الهيثمي في مجمع الزوائد وعزاه إلى الطبراني وقال: رجاله رجال الصحيح (١/ ١٢٩) – انظر السلسلة الصحيحة للألباني – رحمه الله – (٣٧٠).

وأقترح أن تكون قضية بيت المقدس مثالاً حيًّا على ما تم ذكره؛ فهي قائمة على القواسم الثلاثة السابقة؛ إذ إنها قضية أمة وليست قضية شعب أو عِرق، وإن كانت القوى الكبرى تريد قصرها على أنها قضية عربية تارة وفلسطينية تارة، وأخيرًا يريدون حصرها في حركة أو منظمة بعينها دون النظر لباقي الشعب.

إن أعداء الأمة وجدوا من يواجههم بغير السلاح الذي رفعوه، وبغير التوجه الذي تبنوه، وهو التوجه الديني والاعتقادي، الذي ما كان ليخفى إلا على من عَمِيَ أو تعامى؛ فقد تسبب ذلك في حدوث سلسلة متواصلة من الفشل والإخفاقات، امتدت لأكثر من اثنين وستين عامًا، وذلك في جولات الحرب أو محطات السلام، وكانت نتيجة ذلك ما تعيشه الأمة اليوم من حالة تعيسة بئيسة، في ظل أوضاع شاذة، صارت تحكم مسيرة هذا الصراع، وجرت محاولات علمانية لتعميم هذا الاستسلام على الأمة كلها، على صورة «تطبيع للعلاقات» مع ذلك العدو.(١)

وتعد هذه القضية بمثابة الفرصة السانحة للإعلاميين، فهي تجري في عروق أبناء الأمة، مع تقادم الزمن عليها، فاستغلالها لاجتماع الأمة وتوحيدها هو أمر بالغ الأهمية، فبها يجتمع للإعلاميين -وخاصة الإسلاميين- أمر الدعوة إلى الله سبحانه، وكذلك جمع الأمة التي مزَّقتها الأزمات والتشرذمات والأهواء بعد سقوط الخلافة.

وهناك قاعدة ربانية يجب أخذها بالاعتبار للحافظ على الهوية الإسلامية وعدم الانحراف عنها واتباع الغرب ومن والاه، وتظهر في قوله – جل وعلا –: ﴿ وَأَنزَلْنَآ إِلَيْكَ ٱلْكِتَـٰبَ بِٱلْحَقِّ مُصَدِّقًا لِّمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ ٱلْكِتَـٰبِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ ۖ فَٱحْكُم بَيْنَهُم بِمَآ أَنزَلَ ٱللَّهُ ۖ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَآءَهُمْ عَمَّا جَآءَكَ مِنَ ٱلْحَقِّ ۚ لِكُلٍّ جَعَلْنَا مِنكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا ۚ وَلَوْ شَآءَ ٱللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً

---

(١) العلمانيون وفلسطين.. ستون عامًا من الفشل وماذا بعد؟، د. عبد العزيز مصطفى كامل، ضمن سلسلة كُتب مجلة البيان.

﴿وَاحِدَةً وَلَٰكِن لِّيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ ﴿٤٨﴾ وَأَنِ احْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَاحْذَرْهُمْ أَن يَفْتِنُوكَ عَن بَعْضِ مَا أَنزَلَ اللَّهُ إِلَيْكَ فَإِن تَوَلَّوْا فَاعْلَمْ أَنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ أَن يُصِيبَهُم بِبَعْضِ ذُنُوبِهِمْ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ النَّاسِ لَفَاسِقُونَ ﴿٤٩﴾﴾ [المائدة: ٤٨ – ٤٩]، قال الشيخ السعدي – رحمه الله – في قوله: (ولا تتبع أهواءهم عما جاءك من الحق) أي: لا تجعل اتباع أهوائهم الفاسدة المعارضة للحق، بدلاً عما جاءك من الحق، فتستبدل الذي هو أدنى بالذي هو خير[1].

وهذه القاعدة ليس لها مجال دون آخر للتنفيذ بل على كل العاملين لدين الله والساعين لنشر التعاليم الإسلامية والفضيلة أن يجعلها نبراساً له، وتأتي وسائل الإعلام عامة وأخص منها الفضائيات الإسلامية على أهمية الأخذ بتلك القاعدة وإبراز الهوية الإسلامية في كافة البرامج، وغرز تلك الهوية في نفوس الصغار قبل الكبار، وضرورة الاعتزاز بتلك الهوية، ولا يتأتى ذلك إلا بالعلم والمعرفة والاطلاع ومدارسة تفاصيل ديننا الحنيف من سفاسف الأمور – كما يراها البعض - إلى أعظمها.

(١) تفسير الكريم الرحمن للشيخ عبدر الرحمن السعدي ص ٢٥٨.

البرامج الفضائية ودورها التربوي والاصلاحي لأفراد المجتمع

د. طالب الشمري

رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام- الجامعة الإسلامية

مقدمة

قد يحمل المضمون البرامجي للقنوات الفضائية؛ نوعاً من المعارف التربوية والإصلاحية بخطاب إعلامي يتضمن تصوراً ثقافياً وتربوياً مميزاً؛ بثوابته وأعرافه ومفرداته؛ التي تعتمد على خدمة الواقع الاجتماعي، وحمايته وتعزيز مصالحه بنظام الضبط الاجتماعي الإيماني، والسعي إلى تغييره، بمواضيع هادفة وغنيه، تثير انتباه واهتمام أفراد المجتمع المتابع، بما تتناوله من أهداف تربوية واضحة، تحاور المضامين المتنوعة، على وفق أسلوب معيار الأداء التربوي والإصلاحي، لخلق طرق وأساليب موضوعية مقبولة من قبل المجتمع وجماهيره المتعددة، من خلال وضوح إشاراتها ورموزها الإعلامية التى تطرح الحقائق الموضوعية والذاتية، كمضمون يتميز بمعرفة عناصر ثقافة الواقع الاجتماعي، التي تعمل على تغيير وتكييف مواضيع فقرات البرامج الإعلامية، وبما يتناسب مع الالتزام بالتقاليد والعادات الحضارية التي تعتمدها رسالة القناة الفضائية.

أكدت نظريات الإعلام على طرح الخطابات الحوارية الواضحة والمتكاملة، بمواضيعها الحيوية وصيغها المهنية والفنية المتميزة، وبتقنياتها الحديثة، بإضفاء مؤثراتها الصورية والصوتية وإبهار نقاوتها وألوانها، وتجسيم صوتها وشكلها الفني، لتحدث الأثر الكبير في نجاح غاياتها وأهدافها الإعلامية.

تعد مهمة القنوات الفضائية كمهمة المنظمات الإنسانية التي تحافظ على حق ممارسة حرية الفرد والمجتمع، في انتقاء وممارسة حقها في التعبير والعمل، من دون

ضغوط خارجية لتلبي غايتها وطموحاتها الإنسانية.

أولاً: مشكلة البحث والحاجة إليه:

تكمن مشكلة بث برامج القنوات الفضائية، في قلة طرح مواضيعها التربوية والإصلاحية، التي تهم الشريحة الكبيرة من الأفراد والمجتمعات الإيمانية، بعد مقارنتها بإنتاج مواضيع البرامج الأجنبية، التي تساهم في تخريب العملية التربوية والإصلاحية، وبعد إشاعة المفاهيم الغربية الثقافية والاجتماعية البعيدة عن مفاهيم الحضارة التربوية والاجتماعية للأفراد والمجتمعات المحافظة.

ثانياً: أهمية البحث:

تحددت أهمية البحث في السعي إلى تشجيع إدارات القنوات الفضائية، في الإكثار من إنتاج البرامج الحوارية الإيمانية، التي يساهم في إعدادها وتقديمها، مجموعة من المثقفين والتربويين والاجتماعيين أصحاب الاختصاصات العلمية والمهنية.

ثالثاً: هدف البحث:

يهدف البحث إلى تثبيت بعض الحقائق والآراء والتوجهات التربوية الإصلاحية، ضمن مواضيع وعناوين فقرات إنتاج البرامج والمسلسلات الفضائية، بالاعتماد على ما جاءت به سور القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة.

رابعاً: حدود البحث:

تتبلور حدود البحث في محاولة الكشف عن معرفة المردودات الإيجابية والسلبية، لفقرات البرامج ومواضيع المسلسلات التلفزيونية على متابعيها من الأفراد والمجتمعات الإنسانية.

خامساً: أسلوب البحث:

اعتمد البحث الأسلوب الوصفي لملاءمته سياق المنهج المسحي في متابعة ما طرح ضمن المصادر والمراجع الإعلامية.

المبحث الأول: برامج الفضائيات وثقافة الترفيه والاستهلاك

شهد التقدم البشري قفزة تقنية علمية، في جميع مجالات الحياة التي استفاد منها المثقف الإعلامي، والمعلم المربي والتاجر وطلاب البحث العلمي، لتضيف إليهم بعض القيم العلمية والأدبية والحياتية، التي لم يشهدها العقد المنصرم، بعد أن تمثل فيها المدى الواسع والانفتاح الشمولي، على مختلف المدارك البشرية، ومنها التمتع والاستفادة من مواضيع فقرات برامج الفضائيات الإعلامية.

إغراق أسواق أجهزة الإنترنت، بالأعداد الكمية والنوعية، سَهَّلَ تداولها بين قطاعات واسعة من أفراد المجتمع، لتعميق الجانب المعرفي الإنساني، بأنظمته المتعددة، وأساليبه العلمية والتقنية، ومنها مواضيع فقرات البرامج الفضائية، التي وضعت أفراد المجتمع في تحدٍّ كبير في استيعاب الكم الهائل من المعارف الإنسانية المتنوعة، قياساً بتسارع الأحداث والتطورات اليومية، التي تعزز الارتباط الوثيق في ممارسة الحياة الاجتماعية، التي تؤثر تأثيراً مباشراً في عملية اكتساب الخبرة العلمية، بين زحمة استخدام التقنيات الإعلامية المختلفة.

أصبح تعدد وتنوع القنوات الفضائية في الوقت الحاضر، بمثابة العصب الحيوي في نهضة ثقافة أفراد المجتمع، فهي المحرك للعمليات التربوية الإصلاحية، أو ما يطلق عليه مفهوم (الإعلام الاجتماعي) التي قد تؤثر فيه سرعة تطوير إنتاج البرامج الفضائية، التي تحتمل مواضيع فقراتها الجوانب التربوية الإصلاحية أو الجوانب التخريبية، التي تخالف الحقائق التربوية الموضوعية باستخدام قدراتها التقنية والمهنية الإعلامية.

أولاً: طبيعة إنتاج البرامج الأجنبية:

بدأ انتشار القنوات الفضائية في جميع أنحاء العالم، والعالم العربي والإسلامي بعد عقد اتفاقيات انتهاء الحرب الباردة، بين معسكري الاتحاد السوفيتي

والولايات المتحدة، ليسود طغيان التفجير الثقافي والمعرفي والتكنلوجي، في أروقة المؤسسات العلمية والبحثية والإعلامية، بواسطة إطلاق الأقمار الاصطناعية واستحداث الأطباق الهوائية، وشبكات نظم المعلومات (الإنترنت) بمرافقة أجهزة الحاسوب وأجهزة الاستقبال المرئية المتنوعة، في داخل المؤسسات التربوية والتجارية والتعليمية، التي توزعت في جميع أنحاء العالم، نتيجة تطور نمط الإنتاج الرأسمالي والاشتراكي، وانتقاله من المستوى المحلي إلى العالمي لفرض هيمنتها الثقافية والتجارية على الشعوب الأخرى، بأنماط ومسميات حديثة مثل مصطلح (العولمة_ GLOBALIZATION) وتبعاته.

الاعتماد الكبير على نسبة بث فقرات البرامج الغربية، جعلها تفرض الهيمنة الثقافية الغربية، التي ساهمت في شرخ ممارسة القيم والعادات الحضارية، التي تمارسها المجتمعات المحافظة، وإبدالها بثقافة المجتمعات الصناعية، التي تعتمد على المنافسة لمصالح شركاتها التجارية، في بث الإعلانات التجارية التي تستخدم المشاهد المرئية الفاضحة، لتصريف بضاعتها التجارية وجعلها من الأمور الاجتماعية الحياتية العادية، من دون الرجوع إلى احترام العادات والقيم الحضارية لأفراد المجتمعات الأخرى، ولتكون أنموذجاً إعلامياً متطوراً يحمل الثقافة الاجتماعية المستقبلية لبرامج البث الفضائي اليومي.

يهدف إنتاج البرامج الأجنبية والأفلام الروائية الطويلة والمسلسلات التلفزيونية، لشركات الإنتاج الفني مثل قنوات آل:(-BBC-CNN-MBC-LBC T-FTV- MTV-Ar وتلفزيون دبي)" [1] إلى إلغاء النسيج الحضاري والاجتماعي لشعوب العالم الثالث، واعتماد سلعها الاستهلاكية ضمن فقرات البرامج التي تحمل العلامات والصور لشركات وممثلين وممثلات، لنشر المفاهيم الصهيونية

---

(١) الدكتورة نهوند القادري عيسى – قراءة في ثقافة الفضائيات العربية – مركز دراسات الوحدة العربية – ٢٠٠٨ – ص٥٧.

المعادية للدين الإسلامي والمسلمين، ولاسيما في محاولة تدخلها السياسي في مصير السيادة الوطنية، بعد إنفاقها عام ٢٠٠٢ حوالي (١٢٠٠) مليار دولار لإنتاج هذه البرامج، أي ما يزيد عن الدخل السنوي لـ ٤٧٪ من فقراء العالم لبرامج التسلية"[١] بالإضافة إلى نهب ثرواتها الطبيعية، والقضاء على إرادة النهضة الوطنية وصهر الثقافات التربوية الاجتماعية المحافظة، ليحل محلها الثقافة الأجنبية المشوهة، بين أفراد المجتمع الإنساني، على شكل سموم إعلامية بين طيات فقرات برامجها التي تؤثر على انحراف سلوك الشباب والمراهقين، ومن ثم ممارسة أساليبها وطرقها الشاذة خلال حياتهم اليومية، والتي توزع البرامج من خلال ١٩ وكالة أمريكية للإعلان في العالم و١٤ يابانية و١١ أوربية، ويضاف إليها أكبر وكالتي إعلان في العالم هما (دبليو. بي. بي. وساتشي أند ساتشي) ومقرها في لندن"[٢]، وشركة (مردوخ) التي تعد من كبريات الكارتلات الإعلامية في العالم، التي تهتم في مواضيع برامجها وأشكالها التقنية، والتي تستجيب لمختلف حاجات المستهلكين"[٣] ، ويأتي بعدها شركة (دزني) المعروفة، التي تزود نحو ٢٣ دولة في الشرق الأوسط، بعد دبلجتها باللغة العربية مع ما صدر عنها ضمناً من صور سلبية منمطة عن العرب.

تسعى الثقافة المعولمة إلى الوصول إلى رغبات وطموح أفراد المجتمع الاستهلاكي، وكما عبر عنها المحلل محمد جابر الأنصاري: لتساهم في تفكيك البنى القديمة... وتخلق قيماً وبنى جديدة، مغايرة للعادات والتقاليد والأعراف الحضارية القديمة"[٤].

---

(١) المصدر نفسه – ص٥٩.
(٢) المصدر نفسه – ص٥٩ – ٦٠.
(٣) نقلاً عن كتاب الدكتورة نهوند القادري: (جريدة الحياة في ١٥-١٢-١٩٩٤).
(٤) الدكتورة نهوند – مصدر سابق – ص٦٠ – ٦١.

ثانياً: طبيعة إنتاج برامج القنوات العربية:

خلق التنافس التجاري الإعلامي، وإنشاء عدد كبير من الفضائيات العربية التجارية للتأثير على قدرة بث إنتاج برامج القنوات الحكومية الوطنية، وللسيطرة على تدفق المعلومات الواصلة إلى شعوبها شكلاً ومضموناً، ولاسيما استخدام الأجهزة الرقمية الإلكترونية، بأنواعها الفنية المختلفة لإنتاج فقرات برامجها المنوعة، التي تلبي رغبة أفراد المجتمع في مواكبة الأحداث والفعاليات الحياتية اليومية، فهي المحرك للعمليات التربوية والاجتماعية، التي تظهر الحقائق الموضوعية لمسيرة الحياة اليومية، لتحقق أهداف المجتمع التربوي الإيماني.

اعتماد أغلب الفضائيات العربية، على الإنتاج البرامجي الغربي، بعد التراكم الكمي والنوعي لديها، والتي أفرزتها المتغيرات العلمية والمعرفية الحديثة، سواء المادية منها أو الفكرية، وبطرق وأساليب إعلامية مؤثرة.

استطاع البث الفضائي الغربي أن يتجاوز الأجواء والحدود الفضائية العربية والإسلامية، بدون الخضوع إلى قوانين الرقابة الإعلامية للبلدان العربية والإسلامية، ومن دون الاهتمام بقيمها وعاداتها الدينية والحضارية.

عُدَّ المخزون الأمريكي من الإنتاج البرامجي التلفزيوني من أهم ما قامت به الشركات التجارية المصدرة للبرامج الغربية إلى البلدان العربية والإسلامية، وهذا ما أكدته منظمة اليونسكو في دراستها، في أن التلفزيونات العربية تستورد من الدول الأجنبية ما بين ٤٠٪ و٦٠٪ من مجموع بث برامجها اليومية "[١]، ومن دون بث برامج القنوات المشفرة... التي غدت برامجها مزيجاً من الإنتاج الخاص بـ (MBC) العربي والأجنبي المتنوع "[٢]، والتي أغلب برامجها تعتمد أخبار ونشاطات

---

(١) المصدر نفسه – ص٦١.

(٢) نقلاً عن الدكتورة نهوند: ينظر (محمد طلال – الثقافة الموجهة للأطفال والشباب في القنوات الفضائية العربية – (بيروت: المجلة العربية للثقافة – العدد ٣٣ –١٩٩٧) ص١١٥.

الفنانين والفنانات، وبرامج التسلية والترفيه الموجه أساساً إلى الشباب، وتبلغ نسبتها ٥٢،٣٪، في حين تستحوذ نسبة البرامج الاخبارية على ١٦،٣٪، بينما لا تتعدى نسبة البرامج الثقافية الـ ٩و١١٪ "[١].

وإذا عدنا إلى نسبة الإنتاج البرامجي العربي من البرامج التنموية التي تساهم في نهضة الطاقات الشبابية العربية والإسلامية، يتبين أن الأردن ينتج ٩٦ ساعة سنوياً، والبحرين ٣٦٤ ساعة، وتونس ٤٨٠ ساعة وقطر ٤٠ ساعة، والمغرب ٦٣٧ ساعة واليمن ٦٨٧ ساعة، "[٢] والتي لا تسد ربع حاجة البلدان العربية منها، وقد تفاوتت نسبة إنتاج برامج القنوات الفضائية العربية، والتي قد تسد من حاجاتها الفعلية بحدود ٤٠٪ عند أفضلها وأسوئها بحدود ٥٪.

يتبين من تحليل الدراسة التي قامت بها منظمة اليونسكو، أن القنوات الفضائية العربية تبث ما نسبته نحو ٥٠٪ من برامجها المكرسة للتسلية والترفيه، ومقدار الثلثين منها مستورد من الخارج... وأن ٨٠٪ منها مقلد للأجنبي" [٣].

أصبح من المعتاد بث برامج القنوات الفضائية العربية، ضمن فترة بث البرامج اليومية، أن تكون الفترة الصباحية، لتناول التقارير المنوعة التي تضم البرامج الخفيفة (التنموية والثقافية والتعليمية والسياحية والصحية والرياضية) وغيرها من برامج اللقاءات وموجزات الأخبار، وفترة الظهر والمساء موزعة على الأخبار، والتقارير السياسية للحوادث اليومية المحلية والعربية والعالمية، وإعادة بعض البرامج السياسية والرياضية، والبرامج المقررة ضمن فترة البث الأسبوعي، للقاءات الخاصة والميدانية لتشخيص حالة من حالات الحوادث اليومية في المنطقة العربية

---

(١) احصائيات مجلة الأذاعات العربية – العدد ٤ (تونس: ٢٠٠٤) ص ١١٢.

(٢) أحمد زين الدين – قصص وأشكاليات فضائية للعام المقبل وما بعده – جريدة السفير في ٣٠ -١٢ - ١٩٩٧.

(٣)الدكتورة نهوند – مصدر سابق – ص٦٩.

أو الإسلامية أو العالمية، ونشرات أخبار الأسواق المالية، ومعرفة حالة الطقس ودرجات الحرارة في الوطن العربي والعالمي، وأما فترة برامج بعد منتصف أول الليل، فتبث المسلسلات والأفلام الروائية العربية والأجنبية، وبرامج المنوعات الغنائية الاستعراضية لمجموعة من المطربين والمطربات العرب، ومنها برامج (التوك شو- TALK SHOW) التي تبث آخر الليل وتضم المشاهد المرئية المخصصة للأفلام الجنسية الخلاعية"[1].

انتشار الفضائيات التجارية الخاصة، ساهم في استيراد البرامج الأجنبية المنوعة التي تبث بين منهاج فقراتها اليومية، لأنها تسعى إلى الربح التجاري، مثل قناة (MBC) التي أنشئت عام ١٩٩١، ومجموعة شبكة (ART) التي أنشئت عام ١٩٩٢، وقناة (أوربت) عام ١٩٩٤، حتى بلغ عددها ١٣١ قناة" [2]، لأنها تعتمد على سوق الإعلان التجاري، لبث الإعلانات التجارية بين فقرات أخبارها وبرامجها اليومية لمنتجات كبار الشركات الصناعية، والتي وصلت نسبة مبالغها إلى نحو ١٨٠ مليون دولار في منطقة الشرق الأوسط، مما شجع أصحاب رؤوس الأموال الآخرين على افتتاح قنوات فضائية جديدة، ففي عام ٢٠٠٤ انطلقت قناة (الرأي) الكويتية بوصفها أول فضائية عربية وبتمويل من جريدة (الرأي العام)، وأطلقت دبي قناة فضائية جديدة باسم (أنفنيتي) ثم قناة (وان) الترفيهية... وفضائية عراقية باسم (السومرية) وأخرى باسم (هوى) لرجل الأعمال المصري نجيب ساويروس والثالثة باسم (الشبابية) برعاية شركات مجموعات العامر.. تبث من (بغداد والقاهرة وبيروت ودبي)" [3] مما شجع جهاز الاستخبارات الأمريكية في العراق، على تأسيس قناة فضائية في بغداد باسم القناة (الحرة) وبتمويل أمريكي، وأتبعتها

---

(١) المصدر نفسه – الصفحة نفسها.

(٢) المصدر نفسه – ص٧٣.

(٣) غسان رزق – فضائيات الخليج تتكاثر فتسبق المحتوى – جريدة السفير -٧-١-٢٠٠٥.

بقناة ثانية باسم (الأخبار العربية) على موقع الإنترنت، وانطلقت من بيروت قناة (INB) خليجية لبنانية، وجاءت مؤسسة (روتانا) التي يمولها الأمير السعودي (الوليد بن طلال) بإطلاق قناتين هما (الطرب والسينما)، اللتان تبثان نمط وأسلوب البرامج الغربية، والتقارب منها ١٠٠٪ ببث السموم السيئة التي تسعى لنشر الثقافة الغربية، البعيدة عن الالتزام بالآداب العامة التربوية.

المبحث الثاني: طبيعة الآثار التربوية والاجتماعية

أولاً: الآثار التربوية:

تتبلور ملامح قدرة الأفراد والمجتمعات، في تفهم دورهم ومكانتهم في التفاعل مع المجتمعات الإنسانية الأخرى، لتخلق مناخاً ملائماً للتغيير التربوي، بعد تبني السلوك والقيم والأخلاق التربوية الإصلاحية، لرفع مستويات الطموح والغايات، لدى الفرد الاجتماعي كمحفز للعمل والإبداع، في نشر المعرفة التربوية الهادفة لتغيير المجتمع، مثل الإبداع الثقافي والفني، مع المحافظة على التراث الحضاري الإيماني، لدى المجتمع في توسيع آفاقه المعرفية لإيقاظ مواهبه وطموحاته الإبداعية في إغناء أفراد المجتمع بها، والتي قد تؤدي إلى رفع مستوى التنشئة الاجتماعية الإيمانية، على مستوى التربية المنزلية والتعليمية، لتمتلك خصوصيتها في تحقيق أهدافها في بروز الأفراد والمجتمعات.

تساهم بعض الفضائيات العربية والإسلامية في غرس بعض المفاهيم والأفكار التي قد تؤكد على الالتزام بالأحكام الإيمانية في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، التى تخاطب جميع أفراد المجتمع، من دون تمييز أو تفريق كمؤشرات لبناء المجتمع، بعد استخدام الوسيلة الإعلامية المرئية، التي تمتاز بالطروحات السهلة والمقنعة، التي توصل المعلومة المطلوبة للشرائح الشعبية المتعددة، بحيث لا تسيء إلى حرية الآخرين، بوضوحها التام في الإدراك والاستيعاب، ولتحدث التأثير المطلوب في التعبير والرأي عن معنى القيم والعادات والمعتقدات، التي تحافظ على التراث والعقيدة وصولاً إلى عملية الإقناع في طرح الحقائق الإيمانية وبالأسلوب الآتي:

١-اختيار المفردات الإعلامية المعبرة والتراكيب البسيطة التي توصل المعنى المطلوب لدى المشاهدين.

٢-محاولة إحداث التأثير التربوي المقنع لدى أفراد المجتمع.

٣-انتقاء الأسلوب التربوي المناسب، لكسب الشريحة الاجتماعية المستهدفة.

٤-استخدام العبارات والألفاظ التي يستوعبها المشاهدون.

٥-الابتعاد عن الرتابة والملال عند إلقاء خطاب المواضيع التربوية.

٦-اعتماد الطبقة الصوتية التي تتناسب مع اختيار المضمون الإعلامي.

نتيجة لتكاثر وسائل البث الفضائي (المرئي والمسموع والإنترنت والموبايل)، وجد أفراد المجتمع أنفسهم، أمام تحد كبير في استيعاب الكم الهائل من المعارف الإنسانية المتنوعة، قياساً بتسارع الأحداث والتطورات التقنية الإعلامية الحديثة، التي تعزز الارتباط الوثيق بين العلوم الطبيعية والعلوم الاجتماعية، التي تؤثر تأثيراً بالغاً في عملية اكتساب نظام وآليات محددة، للتعامل معها لكثرة التقنيات الإعلامية المستخدمة فيها.

تعدد وسائل البث المتنوعة في العصر الحديث، جاء بمثابة العصب الحيوي في نهضة أفراد المجتمع، فهي المحرك للعمليات التربوية والإصلاحية، أو ما يطلق عليه مفهوم (الإعلام الاجتماعي) الذي قد تؤثر فيه سرعة تطور إنتاج البرامج الفضائية، على حساب نتائج عملية الإصلاح أو التخريب التربوي الاجتماعي للشرائح العديدة من قطاعات المجتمع، والتي هي بحاجة إلى المؤسسات الإعلامية التي هدفها ظهور الحقائق الموضوعية والتربوية ذات القدرات المهنية والإعلامية التي تحقق إعلام المجتمع التربوي الإيماني.

يبرهن التأريخ على تبدل الصيغ القديمة إلى حديثة، مع تبدل صيغ الوسائل الإعلامية الجديدة التي تتلاءم مع أهدافها، سواء التربوية أوالاجتماعية أو الثقافية، بوساطة القنوات الفضائية التي احتلت جزءاً مهماً في الثقافة التربوية،

مستفيدة من أحداث التطور الكبير في تقنية ومهنية الأدوات والوسائل (السمعية والمرئية) التي سايرت الإنتاج الثقافي العالمي، كالثقافة الأمريكية المعولمة والهادفة إلى وصول المجتمع الاستهلاكي"[1].

ضعف التقنيات الفنية والإلكترونية والمهنية في إنتاج برامج الفضائيات العربية، سواء الثقافية أو الاجتماعية أو الدينية، ذات الإنتاج المحلي المقلد والمحاكي والمكرر لإنتاج البرامج الأجنبية، البعيدة عن طموح وثقافة وتربية أفراد المجتمع الإيماني، والتي سمحت لهجمة البرامج الثقافية الأجنبية، أن تنشر الثقافة الهجينة والمتشرذمة عبر وسائلها الإعلامية المنوعة، وتطلب التشجيع على إنشاء فضائيات عربية متخصصة لإنتاج وبث البرامج الدينية التربوية، التي تعبر عن آراء بعض من أفراد المجتمع، لتعميق الإيمان الروحي، والتمسك بالمعتقدات الدينية التي تدعو إلى إصلاح المجتمع، بعد صدور القرارات السياسية الحكومية، التي سمحت بإنشاء الفضائيات الإعلامية المتخصصة، ومنها بث وإنتاج البرامج الدينية التربوية، التي تستمد مواضيعها من توجيهات وتعليمات القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة.

توصلت الدكتورة نهوند إلى الأسباب التي دعت إلى إنشاء الفضائيات العربية الدينية ومنها:"[2]:

١-الفضاء المفتوح اضطر الحكومات الرسمية على السماح بنسبة من الحرية السياسية غير المؤذية لها.

٢-استقدام تقنيات اتصالية جديدة.

(١) عبد الرحمن منيف – بين الثقافة والسياسة – (بيروت: المركز الثقافي العربي – ٢٠٠٣) ص٥١.
(٢) ينظر: محمد جابرالأنصاري – مالم يتطور الواقع على الأرض –التقدم ليس (فترينات) فضائية – جريدة الحياة في ٢٤- ٧ -١٩٩٨.

جاء إبراز الفضائيات الدينية التي تدعو إلى الصحوة الإيمانية، بعد حدوث المزيد من الانكفاء عن تعاليم الدين الإسلامي، ومنها قناة (المجد) التي رفعت شعارها، في: عدم التسبب بأي غليان ديني عند الحديث عن الإسلام"[1] التي تبنت استخدام المؤثرات الصوتية المأخوذة من الطبيعة الحياتية، بدلاً من المعزوفات والضربات الموسيقية، عند بث فقرات برامجها اليومية.

ظهرت قناة (اقرأ) عام ١٩٩٨، من قبل شركة (راديو وتلفزيون العرب) بتمويل سعودي كبير... على أن تكون عالمية التوجه ووسطية المنهج، وشمولية الأهداف، وتنوع المضمون والموضوعية في الخطاب والمصداقية في المعالجة والتشويق في العرض"[2]، ثم قناتا (الفجر والرسالة) وبعدهما برزت ثماني قنوات إسلامية، تبث عبر الأقمار الإقليمية (آراب سات ونايل سات)"[3] وغيرها كثيرة في بعض الدول العربية والإسلامية، ولاسيما القنوات التخصصية الأخرى مثل (الرياضية والوثائقية والمنوعات)، مما شجع على إنشاء ست قنوات فضائية تبشر بالدين المسيحي، تبث برامجها باللغة العربية وعبر قمر (الهوت بيرد) الأوربي، وغير مسموح لها أن تبث برامجها عبر قمري (نايل سات وآراب سات)، وعلى أن تلتزم في تجنب التوترات المذهبية المثيرة للجدل، والتي تبرز الفوارق الدينية بين المسيحية والإسلام"[4].

يتساءل بعض الإعلاميين، هل يمكن للفضائيات أن تستعيد توثيق العلاقات التربوية والاجتماعية، بعد ما كانت عملت على تفكيكها وتخريبها بين أفراد المجتمع، سواء على مستوى الإنتاج أو مستوى الخطاب الإعلامي التربوي

---

(١) الدكتورة نهوند – مصدر سابق – ص – ١٣٢.
(٢) زينب غصن – حلف ستراتيجي بين مردوخ والوليد بن طلال – جريدة السفير – في ٣١-٥-٢٠٠٦.
(٣) الدكتورة نهوند – مصدر سابق – ص ١٣٢.
(٤) المصدر نفسه – ص ٣٣٦.

والاجتماعي"[1].

ثانياً: الآثار الاجتماعية:

ساعد بث فقرات برامج القنوات الفضائية المتنوعة، في تغيير قيم وعادات وتقاليد وسلوك وأخلاق بعض أفراد المجتمعات المختلفة، سواء نحو الإيجاب أو السلب، ضمن نسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالإنسان في جو من التسامح والاحترام المتبادل، فتمكن القسم الكبير منها من تسليط الأضواء على المشاكل المخبأة والمكبوتة في نفوس مجتمعاتنا، ولكن تسليط الضوء لا يحل المشكلة، بل قد يزيدها تعقيداً إذا لم يكن هناك تخطيط برامجي علمي تربوي مسبق، يهدف إلى خلق وعي اجتماعي بين أفراد المجتمع، يميز بين مواضيع البرامج النافعة والضارة في طرح خطاباتها الإعلامية، التي يبتكرون فيها مختلف الأساليب التقنية الإلكترونية، وإضافة المؤثرات الصورية والصوتية والزخارف والتصاميم التي تمتاز بصفاتها الجمالية الإبداعية، التي تجبر المتابع على مشاهدتها ومتابعتها، والعدد غير القليل منهم يمتنع عن مشاهدتها على أساس اللحاق بتطورات التكنولوجيا الإعلامية الحديثة، وهذا ما فعلته إدارة محطتي قناتي الـ (LBC والمستقبل) اللتين مارستا مهمة نقل أنماط الحياة الغربية، بعد ما عملتا على تغليف فقرات برامجها بغلاف شرقي، بعد الخوف من القلق من احتجاج المتشددين دينياً، وكيفية استخدام الأسلوب الفني المناسب الذي لا يثير الشكوك في تغيير السلوكيات، وديمومة أنماط الحياة بما يتناسب ومتطلبات معرفة خطوات الإنتاج البرامجي المرئي، التي تمكن المشاهد من أن يتوصل إلى فهم الحقيقة الاجتماعية والثقافية المعقدة، ضمن مواضيع برامج الحوارات الاجتماعية، التي يمكن أن تساهم في إغناء النسيج الاجتماعي، واحترام الحميمية والحرية الشخصية، لكل أفراد المجتمع

---

(١) المصدر نفسه - ص - ١٢٥ - ١٢٦.

الإيماني، بعد أن وجدت إدارات القنوات الفضائية العربية والإسلامية نفسها، محاطة بجملة من المفارقات المذهبية والعنصرية التي لا تسمح لها في الإسراع بالتنافس على الإنتاج البرامجي العالمي، والتي قد تخفف من الآثار السلبية الناتجة عن الانفصال بين نوعية مواضيع الإنتاج المحلي والأجنبي، لإقامة الروابط الاجتماعية بين أبناء المجتمع الواحد، لتجديد معايير الحوار الاجتماعي الإعلامي..

التزمت شركات الإنتاج الفني التجاري (السينمائي والتلفزيوني) في كل من مصر ولبنان، بخصوصية بث مواضيع الإنتاج التسويقي للقنوات الفضائية الخليجية المحافظة شكلاً ومضموناً، تتخللها بعض اللقطات والمشاهد المرئية البسيطة، التي تدعو إلى التغيير في بعض أنماط الحياة الاجتماعية التي قد تلامس بعض الخطوط الحمر من دون أن تتخطاها فقرات البرامج الترفيهية الاجتماعية التي وجدت لها سوقاً رائجة في دول الخليج، ولاسيما التنافس المحموم بين قناتي) (LBC والمستقبل) اللبنانيتين، على تزويد السوق الخليجية بالبرامج الترفيهية، واعتبار أنفسهما مساهمين أساسيين في تأدية دور صلة الوصل (المورد والمستورد) في مهمة نقل أفكار وأساليب نمط الحياة الحديثة، بعد تغليفها بغلاف التطور، وبعد أن أوكل الخليجيون أمرهم إلى اللبنانيين بشكل كبير لدخول مفهوم (العولمة) من بابها التكنولوجي"[١] والإعلامي للحاق بتطورات العصر الحديث.

شَخَّصَ خبراء الإعلام الغربيون، حاجة القنوات الفضائية العربية والإسلامية إلى إنتاج مواضيع البرامج الترفيهية، كوسيلة لهو للابتعاد عن الالتزام بأداء فرائض الصلوات اليومية، والواجبات الحياتية والمدرسية لجيل الشباب والمراهقين والطلاب من أفراد المجتمع الإسلامي، مثال ذلك البرنامج الترفيهي الاجتماعي (افتح قلبك) الذي يبث من شاشة قناة (LBC) الذي قدمه الفنان السوري (جورج

---

(١) ينظر: جريدة السفير – مصدر سابق – في ٢١-٥-٢٠٠٥.

قرداحي) وهو تقليد لبرنامج أجنبي، أعد إنتاجه لمجتمع ضعفت فيه الروابط العائلية والأسرية"[1]، حسب ما صرحت به الإعلامية الدكتورة نهوند القادري، والبرنامج الترفيهي الاجتماعي الآخر بعنوان (حدث ولا حرج) الذي يبثه تلفزيون (دبي) مساء كل يوم اثنين من كل أسبوع، لمدة ساعة كامله في تمام الساعة التاسعة والنصف، تقدمه الإعلامية (لينا صوان) يتناول مواضيع اجتماعية، حواراتها تتعدى القيم الاجتماعية المحافظة على العادات والتقاليد والمعتقدات والقيم الاجتماعية الإيمانية، والنموذج الآخر لبرنامج بعنوان (لمن يجرؤ فقط) الذي يعرض من على شاشة قناة (LBC) كل يوم سبت الساعة التاسعة بعد نشرة الأخبار المسائية، برنامج فني ترفيهي يلتقي ببعض الفنانين والفنانات العرب، بعد طرح الأسئلة المحرجة إليهم، تتناول نشاطاتهم الفنية وعلاقاتهم الشخصية والعاطفية أثناء مسيرة حياتهم، التي تشجع الشباب والشابات من المراهقين على ممارسة هذه الأفعال البعيدة عن أخلاق وسلوك أفراد المجتمع الإيماني.

أثارت حلقات برنامج (ستار أكاديمي) بعضاً من رجال الدين السعوديين، لما تمارس فيه من التصرفات والسلوكيات التي تتنافى مع التوجهات والتعليمات الشرعية والفقهية الإيمانية، والذي يبث لعدة أيام من الأسبوع على شاشة قناة (LBC) وكذلك قناة (روتانا) واللتين وصفتا بقناتي الرذيلة "[2]، مما أثار حفيظة طلاب جامعة الإسكندرية في مصر وقيامهم بمظاهرة احتجاج تضامنا مع رجال الدين السعوديين ضد ما أسموه طوفان (الكليبات - CLIPS)" [3] التي تعرضهما قناة (روتانا سينما) من مشاهد عارية للمطربات التي توحي بها لممارسة بعض

(١) الدكتورة نهوند – مصدر سابق – ص ١٢٥.

(٢) المصدر نفسه – صفحه نفسها.

(٣) المصدر نفسه – ص ١٢٩.

العمليات الجنسية التي تثير الشهوات العاطفية لدى كلا الجنسين من الشباب والشابات والمراهقين من أفراد المجتمع الإيماني، وتبعتهما قناة (الرسالة) الدينية التابعة إلى مؤسسة (روتانا) الذي يتولى أمرها أيضاً الأمير السعودي (الوليد بن طلال) ببث البرامج الترفيهية واللقطات المصورة للإعلانات التجارية الفاضحة، بحيث أطلق عليها (روتانا دين)"[١]، مما زاد من نشر وتداول الكلمات غير المقبولة وتجسيد المشاهد الإباحية عن الحب والجنس، باستخدام وسائل (الموبايل) والرسائل القصيرة SMS والمواقع الإلكترونية بين الشباب لتستفيد منها القنوات المتلفزة وأصحاب شركات الاتصال على حساب التشويش الإيماني لدى أبناء أفراد المجتمع.

---

(١) المصدر نفسه — الصفحة نفسها.

النتائج

انشغال أغلب إدارات القنوات الفضائية في حشد فقرات برامجها اليومية بالأمور السياسية، جعلها تغض النظر عن الاهتمام بالبرامج التربوية والاجتماعية وتحول أكثر آراء المشاهدين للتفكير بالأمور المستقبلية والطائفية، التي تحمل الولاء الإعلامي للطائفة أو العشيرة أو للأحزاب نتيجة أسلوب الخطاب الذي تصنعه مواضيع البرامج المرئية اليومية.

الاستنتاجات:

١-ظهور قنوات فضائية متخصصة، لبث فقرات البرامج المختلفة منها (الدينية والرياضية والمنوعات والوثائقية والدعائية والإخبارية).

٢-إنشاء قنوات فضائية عديدة على أساس تجاري استهلاكي، يعتمد على موارد الإعلانات والدعاية وتوزيع أشرطة الكليبات.

التوصيات:

١-ضرورة وجود قنوات فضائية تعتمد على إنتاج برامج ومسلسلات وأفلام وثائقية وروائية مرئية، تتضمن التوجهات التربوية والاجتماعية الإيمانية.

٢-فسح المجال لمشاركة الشباب والمراهقين في إعداد وإنتاج مواضيع البرامج المرئية المختلفة.

المقترحات:

التشجيع على إنشاء قنوات فضائية تعاونية، تديرها جمعيات أهلية، تشارك الدولة والجمعيات الإنسانية في تمويلها، والموارد من الاعلانات التجارية ونقل المؤتمرات والاحتفالات الحزبية.

المصادر

١- أحمد زين الدين – قصص وإشكاليات فضائية للعام المقبل ومابعده – جريدة السفير – في ٣٠ – ١٢ -١٩٩٧.

٢- إحصائيات مجلة الإذاعات العربية – العدد ٤ – (تونس – ٢٠٠٤).

٣- الدكتورة نهوند القادري عيسى - قراءة في ثقافة الفضائيات العربية - بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية -٢٠٠٨.

٤- جريدة الحياة – في ١٥ – ١٢-١٩٩٤.

٥- جريدة السفير – في ٢١-٥-٢٠٠٥.

٦- زينب غصن – حلف ستراتيجي بين مردوخ والوليد بن طلال –جريدة السفير – في ٣١-٥-٢٠٠٦.

٧- عبد الرحمن منيف – بين الثقافة والسياسة – (بيروت: المركز الثقافي العربي – ٢٠٠٣).

٨- غسان رزق – فضائيات الخليج تتكاثر فتسبق المحتوى – جريدة السفير –في ٧-١-٢٠٠٥.

٩- محمد طلال - الثقافة الموجهة للأطفال والشباب في القنوات الفضائية العربية - (بيروت: المجلة العربية للثقافة - العدد ٣٣-١٩٩٧).

١٠- محمد جابر الأنصاري – ما لم يتطور الواقع على الأرض - التقدم ليس (فترينات) فضائية - جريدة الحياة - في ٢٤ -٧-١٩٩٨.

خصائص التأثير الخفي للعمليات الإعلامية

"توم وجيري" إنموذجاً

د. فاروق ناجي محمود

مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي

المقدمة

يظن كثير من المتخصصين من إعلاميين وتربويين، وكذلك من غير المتخصصين من آباء وأمهات؛ أن التأثير السلبي على الأطفال في سلسلة أفلام الرسوم المتحركة ((توم و جيري)) يتوقف عند اكتساب الأطفال للتعامل الفظ، انعكاساً لطريقة التعامل بين الشخصيتين الرئيستين في هذه السلسلة، وبالأخص ما تقوم به شخصية (جيري) الذكية التي تستغل كل ذكائها في المكر الذي يقلب الفخاخ التي تنصبها لها شخصية (توم) عليها، ويضيف بعضهم أمراً آخر هو إحداث الخلل في شخصية الطفل عبر التبكير في تسلمه بعض الإشارات الجنسية التي تحويها بعض المشاهد في بعض حلقات هذه السلسلة، ولا ينتبه الكثير منهم إلى ما تولده من إدمان الأطفال على متابعة هذه الحلقات وتعلقهم بالجلوس ساعات طويلة أمام التلفزيون لمشاهدة ما يقوم به (جيري) من مقالب ماكرة تؤدي إلى مواقف تبعث السخرية منه، غير مأسوف عليه، لأنه يريد أن يجعل من جيري وجبة طعام شهية، إدماناً يجعلهم لا يملون من إعادة مشاهدة الحلقة الواحدة عشرات، وربما مئات المرات، حتى يحفظ الأطفال حركات أفعالها وسكناتها، وحواراتها عن ظهر قلب، فقد تابع الباحث مجموعة من الأطفال وتأكد له حفظهم لأدق التفاصيل، إذ كانوا يذكرون ما سيحدث من أفعال وأقوال قبل حدوثها.

إن من بديهيات العلوم التربوية، أن مثل هذا النوع من الإدمان له تأثيرات سلبية كثيرة من الناحية البدنية، فإن الجلوس ساعات طويلة سيؤدي إلى تحديد

حركة الطفل التي يحتاجها بدنه، إضافة إلى تحديد اكتساب المهارات المطلوبة، والتي تمنحها الألعاب ذات الحركة، ومن الناحية النفسية يمكن لمثل هذا الإدمان أن يؤدي إلى خلق الشخصية الانفرادية، اللا اجتماعية، لاعتياده على الانفراد بنفسه ساعات طويلة، والانعكاسات السلبية لذلك واسعة وكثيرة، بعيدة العلاقة عن موضوعة البحث.

ويلاحظ القارئ الكريم أن ما تقدم استعراضه من تأثيرات سلبية، إنما يكمن في (**الأثر الظاهر**) الذي تتركه في نفس الطفل **المستقبل** سلسلة أفلام الرسوم المتحركة ((توم و جيري))، **الرسالة** التي صممها **المرسل** بواسطة أدوات الاتصال السمعمرئي، **القناة**، إذ إن أي عملية اتصالية حسب نموذج (هارولد لاسويل) (Harold Lasswell) وهو الأنموذج المعتمد في الدراسات والأبحاث الأكاديمية (2-26) لها العناصر الخمسة التالية:

١- المتصل (المرسل) ?Who، من يقول

٢- المضمون (الرسالة) ?Says What، ماذا يقول؟

٣- الوسيلة (القناة) ?in which channel، بأية وسيلة؟

٤- المتلقي (المستقبل) ?To Whom، لمن؟

٥- التأثير المطلوب (الأثر المتروك)، ?With What effect، بأي تأثير؟ (9-84.4)

فإن كان ما تقدم هو التأثير السلبي من الجزء الظاهر من العنصر الخامس (الأثر المتروك) في العملية الاتصالية (سلسلة أفلام الرسوم المتحركة) (توم وجيري) فهل يعني ذلك أن هناك جزءاً خفياً من هذا العنصر؟ إن الجواب على هذا السؤال هو المدخل إلى موضوع البحث.

مشكلة البحث:

إن أية عملية اتصالية، وبالأخص تلك العملية التي تستخدم الرسائل السمعمرئية، لابد أن تحتوي على إشارات خفية تحيلها مجموعة من جمهور المتلقين تشترك بخاصية أو أكثر من خصائص المتلقي (العمر، الجنس، اللون، النقد، الموقف....) في أذهانها إلى رسالة أو رسائل مستترة (أهداف لم يتم التطرق إليها عبر تلك العملية، لا من قريب ولا من بعيد)، سواء أراد المرسل ذلك أم لم يرد، مقصودة كانت أم غير مقصودة. (-: 8)

فمثلاً إن مجرد سماع مجموعة من ذوي الطموحات العلمية خبراً عن عربي حاز على جائزة علمية في إحدى دول الغرب، يحث هذه المجموعة للتفكير على الهجرة، ويتحول هذا الخبر في أذهانهم إلى دعوة للهجرة دون أن يكون في الخبر ما يدعوهم إليها، أي أن في الخبر إشارات خفية تسلمها هذا النوع من المستقبل (المتلقي) وحولها إلى تأثير (هدف) بلغة عملية الاتصال (الرسالة الإعلامية) قد يكون (المرسل) قصد الوصول إليه أو ربما لم يقصد، وبتطبيق قانون التراكم، في حالة قصد المرسل بتكرار(الهدف – التأثير) عبر عمليات إعلامية أخرى أو بتكرار العملية الإعلامية ذاتها، (3-110).

يتم تعزيز (تثبيت) هذا التأثير في ذهن المستقبل، فإذا ما تم إجراء لقاء مع العربي الفائز بالجائزة ليتطرق إلى الدعم الذي تلقاه من المؤسسة التي يعمل فيها، تتحول فكرة الدعوة التي نشأت في ذهن المتلقي المذكور، إلى بطاقة دعوة في يديه.

ويلاحظ قوة تأثير الرسائل المستترة في الخبر الصغير العابر والقدرة على تعزيزه بالتكرار لإحداث التراكم، كما جاء في المثال المذكور فلنتخيل مدى قوة التأثير والقدرة على التعزيز عبر العمليات الاتصالية التي تستخدم وسائل التأثير الأقوى كالدراما.

بناءً على ما تقدم فإن في سلسلة أفلام الرسوم المتحركة (توم وجيري) تأثيراً خفياً سيحاول البحث بعد التحليل أن يحدده، لذا فإن مشكلة البحث يمكن أن يعبر عنها بالسؤال الآتي:

ما هو التأثير الخفي في سلسلة أفلام الرسوم المتحركة (توم وجيري) على الأطفال؟.

أهمية البحث والحاجة إليه:

إن تحليل العمليات الإعلامية للوقوف على التأثير الخفي الكامن، فيها وتحديد أنواع وأساليب ووسائل هذا النوع من التأثير، يجعلنا قادرين على:

١-تحديد التأثيرات غير المرغوب فيها، مقصودة كانت، أم غير مقصودة، لتجنبها.

٢-القدرة على تصميم عمليات إعلامية ذات تأثير خفي مقصود للاستفادة من قوة ونفاذ هذا النوع من التأثير عبر عملياتنا الإعلامية، وفي ذلك تكمن أهمية البحث.

ولأن الباحث عبر المتابعة وجد أن هناك عدداً من القنوات الفضائية المخصصة للأطفال والناطقة باللغة العربية تعرض ما لا يقل عن ثلاث ساعات يومياً، مجموعة من حلقات هذه السلسلة، كما أنه يتم عرض مجموعة منها عبر عدد من القنوات، غير المخصصة للأطفال، لكنها تخصص فترة لهم، من فترات بثها، فضلاً عن الأقراص الليزرية المضغوطة المنتشرة في حوانيت بيعها، ولأن هذه السلسلة تحوي من وسائل الشد والتشويق ما أوصلها إلى القدرة على جر المستقبل إلى دوامة الإدمان عليها، كما تقدم ذكره، فإن الحاجة إلى إجراء هذا البحث ضرورية، يجب على الباحث الأكاديمي أن يلبي دعوتها.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى تحديد التأثير الخفي الرئيس لسلسلة الرسوم المتحركة (توم وجيري) وأثره على تكوين شخصية الطفل، عبر التأثير على تفكيره وما ينتج عن ذلك من تشكيل لسلوكه.

خصائص هذا التأثير:

التأثير الخفي:

التأثير لغة: كما جاء في لسان العرب لابن منظور في باب (أثر) هو؛ إبقاء الأثر في الشيء، وأثر في الشيء ترك فيه أثراً، لذا فالتأثير هو الهدف الذي يريد تحقيقه المرسل في المستقبل عبر الرسالة التي تتضمنها عملية اتصاله، إذ غن [عملية الاتصال متعمدة وموجهة نحو تحقيق هدف، وهو الحصول على تأثير قابل للملاحظة والقياس لكونه يفضي إلى سلوك مرتبط بشكل ما، بذلك الهدف]. (2:244)

أما الخفي لغة: ففي باب (خفا) من لسان العرب لابن منظور جاء: «أخفيت الشيء: سترته وكتمته، وشيء خفي: خاف، ويجمع على خفايا»، وضده الظاهر، لذا فإن التعريف الإجرائي للتأثير الخفي هو: التأثير الذي تحققه العملية الاتصالية في المستقبل والمفضي إلى سلوك مرتبط بهدف خفي، غير ظاهر على مضمون رسالتها.

الرسائل المستترة:

من أهم الأسباب التي تجعل المستقبل معرضاً عن الرسالة الإعلامية هي (أنها تتعارض مع ما يعتقده، أو أنها لاتلبي اهتماماته، أو لا تحقق مصالحه، أو لا تشبع حاجاته (- :8).

لذا يلجأ المتصل في عملياته الاتصالية إلى تصميم رسائل على مستويين؛ المعلن و المستتر (المموه)، لكي يضمن من خلال المستوى المعلن الملبي لاهتمام المستقبل أو

المحقق للمصالح أو المشبع للحاجات، شد وتشويق المستقبل لتسلم الرسالة كاملة، ويضمن من خلال المستوى الثاني (المستتر) إيصال الأفكار والمعلومات والمشاعر التي يريد إيصالها بتمويهها بين طيات المستوى الأول «لتمريرها إلى ذهن المستقبل دون دراية منه إذ يتشربها عن طريق لاوعيه، ثم يتبناها في وعيه على أنها أفكار نابعة من تفكيره وأساسها ثقافته». (- :8).

وواضح ما هي قدرة هذا النوع من الرسائل على الوصول بسهولة ويسر إلى شريحة المستقبل التي يراد الاتصال بها، وقدراته واضحة على بلوغ التأثير المطلوب من العملية الاتصالية في تلك الشريحة، وقد اتضح أن الرسائل المستترة هي الأداة التي يستخدمها المتصل للوصول إلى التأثير الخفي، وهذا يعني أن العلاقة بين التأثير الخفي والرسائل المستترة هي علاقة النتيجة بالسبب المؤدي إليها.

الأساليب غير مباشرة:

ويعتمد في بناء المستوى الثاني، أي: تمويه الأهداف (الأفكار والمعلومات والمشاعر) على أساليب غير مباشرة أربعة هي:

الانطباعية: وهو أسلوب يقوم على توليد الانطباع الحسن أوالسيئ بشأن أمر ما، هذا الانطباع يجعل المستقبل يقف مع أو ضد هذا الأمر، مما يؤدي إلى بناء أفكاره وقناعاته المتعلقة بهذا الأمر على أساس هذا الموقف.

الاستنتاجية: وهو أسلوب يقوم على دفع المستقبل إلى استنتاج ما يريد المتصل استنتاجه من أفكار وقناعات.

التحريضية: وهو أسلوب يقوم على تحريض المستقبل على تبني الأفكار والقناعات التي يريدها المتصل.

القناعية: وهو أسلوب يقوم على إلباس الأفكار والقناعات التي يريد المتصل

غرسها في ذهن المستقبل، أقنعة الحقائق العلمية والتاريخية، والمنطق العقلي، والذوق السليم الناتج عن الفطرة السليمة. (110 :4)

أنواع الرسائل المستترة:

تصنف الرسائل المستترة إلى ثلاثة أصناف رئيسة: الأول من حيث قصدية المتصل لها، والثاني من حيث الأداة التي يستخدمها لإيصالها إلى المستقبل، والثالث من حيث عدد العمليات الاتصالية لبلوغ التأثير.

الأول: تقسم الرسائل المستترة من حيث قصدية المرسل إلى:

الرسائل المستترة المقصودة: وهي الرسائل التي موهت أهدافها بين طيات عملية اتصالية بتخطيط مسبق، بقصد الاستفادة من الخصائص والقدرات التي تتمتع بها الرسائل المستترة في نوعية وطريقة تحقيق تلك الأهداف.

الرسائل المستترة غير المقصودة: وهي الرسائل التي تتشكل في العملية الاتصالية دون أن يكون المتصل قد خطط لدسها بين طيّات هذه العملية، وهي على نوعين:

المتوافقة: أي التي تأتي أهدافها متوافقة مع السياسات العامة للمؤسسة الإعلامية المنتجة لهذه العملية الاتصالية، إما عن طريق انعكاس التكوين النفسي والفكري لمنفذيها المتوافق مع تلك السياسات، أو إنها توافقت بمحض المصادفة.

المتعارضة: أي التي تأتي أهدافها متعارضة مع السياسات العامة للمؤسسة الإعلامية المنتجة لهذه العملية الاتصالية، لأن إدراك منفذيها لا يحيط بإمكانيات أدواته علماً، وأن وعيهم مقتصر على الظاهر من مدى هذه الإمكانيات. (- :8)

ثانياً- وتقسم الرسائل المستترة من حيث الأداة المستخدمة في دس الأهداف بين طيات العملية الاتصالية إلى:

الفنية: أي التي تستخدم الأساليب غير المباشرة في تصميم العملية الاتصالية مستثمرة عناصر السيناريو وعناصر الإخراج (صوتاً وصورة) لدس الأهداف التي يريد المتصل تمويهها، كي تصل إلى المستقبل كرسائل مستترة.

التقنية: أي التي تستخدم الجانب التقني من الصوت والصورة لتحميل العملية الاتصالية، رسائل مستترة مثل إدخال (فريم واحد) يحمل رسالة مستترة بين الخمسة والعشرين (فريم) التي يستغرق عرضها على عين الملتقي ثانية واحدة، فتتسرب رسالته إلى لا وعي الملتقي دون أن يدرك ذلك (10:7/11)

ثالثاً: وتقسم الرسائل المستترة من حيث عدد العمليات الاتصالية لبلوغ التأثير الخفي إلى:

القصيرة: وهي الرسالة المستترة سواء كانت واحدة أو أكثر، التي يتم بلوغ تأثيرها الخفي في المستقبل عبر عملية اتصالية واحدة، ويتوقف ذلك على سبل معالجة الرسالة المستترة مع العملية الاتصالية، أي طريقة استخدام الأساليب غير المباشرة، وحجم الهدف ودرجة تعزيزه في ذهن المستقبل، ونوع وسيلة الاتصال وأدواتها وعناصر أشكالها.

الطويلة: وهي الرسالة المستترة التي يتم بلوغ تأثيرها الخفي في المستقبل عبر أكثر من عملية اتصالية، وتتميز عن الأولى بأنها أكثر تمويهاً لتأثيرها، وأكثر قوة ونفاذاً في ذهن ونفس المستقبل، وأكثر تعزيزاً (تثبيتاً) له فيهما. (- :8)

أدوات الرسائل المستترة:

تستخدم الرسائلُ المستترة أدوات الرسائل المعلنة الأهداف ذاتها، والمستخدمة

عبر مرحلتيها:

١-**مرحلة الإعداد**: وأدواتها هي عناصر السيناريو.

٢-**مرحلة التنفيذ**: وأدواتها هي عناصر الإخراج.

على أن تبنى عناصر السيناريو على مستويين: مستوى الأهداف المعلنة، ومستوى الأهداف المموهة (المستترة)؛ ليتم استخدام عناصر الإخراج لتحقيق أهداف المستويين بالتضامن مع بقية عناصر السيناريو. * للاستزادة ينظر المصدر رقم (4)، الفصل الثالث.

ولتحقيق التأثير المطلوب في المستقبل تحقيقاً ناجزاً شرطٌ لكل مرحلة من هاتين المرحلتين، فشرط المرحلة الأولى هو: تصميم (الشكل التعبيري العام) للعملية الاتصالية، باتباع الخطوات العلمية لاستثمار عناصر (الطريقة).

وشرط المرحلة الثانية هو: بناء (الرؤية الإخراجية) على أن تؤدي عناصر الإخراج وظائفها الثلاث بشكل متضافر.(5:321)

وعليه فإن هذين الشرطين يجب أن تتحدد بهما العملية الاتصالية التي تحمل رسائل مستترة بتضافر أدوات كل من مستوييها المعلن والمستتر المتضافرة أصلاً على صعيد المستوى الواحد.

سلسلة أفلام الرسوم المتحركة (توم و جيري):

في أواخر الثلاثينيات من القرن المنصرم التقى المخرج الأمريكي اللبناني الأصل جوزيف بار برا وكانت بدايته رساماً، بوليم حنا، حيث عمل الاثنان في شركة مترو-كولدن- ماير، ليقدما أعمالاً كثيرة لهذه الشركة، حتى خرجا منها ليؤسسا شركة خاصة بهما سمياها شركة (حنا – بار برا)، (11: 3/12)

واستمر تقديمهما لما بدآه في شركة (مترو – كولدن – ماير) فيلم (القطة ذات الحذاء) مطورين الشخصيات ومغيرين أسمائهما حتى استقرا على هذه الهيئة والألوان والأسماء المعروفة للقاصي والداني تحت اسم (توم وجيري)، وتشير المصادر أن الاستقرار الأخير لاسم (توم وجيري) ولونيهما وشكليهما على هذه الهيئة، كانت منتصف الخمسينيات (12:3/12).

وحتى عام ١٩٦٧م كان وليم حنا وجوزيف باربرا قد أنتجا مع أفلام مختلفة، (١٦١) حلقة من أفلام (توم وجيري) لتصبح أشهر سلسلة أفلام رسوم متحركة، (13:3/12)

وقد نالت أفلامهما على مر السنين جوائز كثيرة منها سبع جوائز أوسكار. (12:3/12)

الشخصيات والصراع:

تعتمد السلسلة على شخصيتين رئيستين هما الفأر جيري والقط توم، كما هو واضح من الاسم الذي أطلق على السلسلة، ويبنى الصراع الدرامي لكل حلقة من حلقاتها على الصراع المتولد من محاولة توم الإمساك بجيري وجعله وجبة لذيذة لتناولها الا أن مكائده للإيقاع به، تُلاقَى بمكائد أقوى تجعل الأمر ينقلب عليه، ويدخله في مأزق لم يكن في حسبانه، ويتطور الصراع في كثير من الحلقات، من محاولة الإمساك به للتنعم بوجبة لذيذة، إلى محاولة الانتقام منه بسبب المآزق التي يوقعه بها.

الحبكة:

إن أغلب حبكات حلقات السلسلة، هي حبكات حكايات، لذا فإن البناء الدرامي لأغلب سيناريوهات حلقات السلسلة مستند إلى حكايات لا إلى قصص،

إذ من الواضح أن تماسك الحبكة في سيناريوهات هذه الحلقات، ضعيف لأن الحدث الرئيس، يتتابع بأفعال درامية بتوالٍ مفتوح، مما جعل خيوط الحبكة سائبة، بل منقطعة في كثير من الحلقات، دون أن ترجع لتتصل أو تتشابك مع بعضها عبر أفعال درامية متعامدة.

فلو رشحنا أية حلقة كمثال، سنجد أنها تتألف من مجموعة أفعال درامية متتالية. يكون الفعل الدرامي الواحد فيها، عبارة عن محاولة توم لنصب فخ لجيري، الا أن دهاء توم يجعل من هذا الفخ مأزقاً يقع به توم بأسلوب يستثمر هذه الأفعال لجعلها كوميدية من خلال المفارقات التي تحدث، وعبر رد الفعل الذكي غير المتوقع، والمآزق التي يسببها مثل هذا النوع من رد الفعل.

ويجدر الإشارة إلى أن هناك حلقات مثل (حلقة البيانو) ذات حدث درامي متماسك الحبكة يأتي تماسكه من خلال أن أجزاءه (الأفعال الدرامية المكونة للحدث جاءت مربوطة بالمقطوعة الموسيقية التي أدخلت كعنصر من عناصر البناء الدرامي بطريقة ذات مستوى إبداعي عال، تأليفاً وتنفيذاً، ولا يحتاج المتتبع برهنة لإثبات علو المستوى الإبداعي، فمجرد إدخال الموسيقى لاستخدامها كعنصر من عناصر البناء الدرامي، وهي كما هو معروف عنصر من عناصر الإخراج، يدل على علوه تأليفاً، أما تنفيذاً فهو واضح من خلال التناغم الصوري والصوتي ودقة توقيتاته، إذا ما أخذنا بنظر الاعتبار، أن العمل الفني منتج بواسطة الرسوم المتحركة في فترة زمنية لم تكن فيها الحواسيب مستخدمة في عمليات مونتاجها أو مؤثراتها البصرية والصوتية.

عليه فإن الظن بأن حنا وباربرا كانا غير قادرين على إبداع الحبكة المتماسكة يدفعه عن الذهن، الاعتقاد بأن ما يبرر اتخاذ هذا النوع من الحبكات، حبكة الحكاية، هو أن الأعمال مقدمة للأطفال، والأطفال يجب أن يخاطبوا عن طريق

العاطفة، إذ إن مثل هذه الحبكات ذات تأثير عاطفي أقوى من تأثير الحبكات المتماسكة (حبكة القصص)، وفي ذلك مجاراة لمعظم الموروث الشعبي الدرامي المخصص للأطفال لدى كل الشعوب.

وخلاصة تحليل البناء الدرامي هي: أن الصراع في حلقات هذه السلسلة مبني بحبكة حكاية لا قصة لاستثمار قوة التأثير العاطفي من خلال أفعال درامية كوميدية متوالية ذات خيوط سائبة، لأنها عبارة عن تتابع لحيلة تدبرها إحدى شخصيتي الصراع لإيقاع الشخصية الأخرى بمأزق أو رد فعل للخروج من المأزق بحيلة تدبرها شخصية الصراع الأخرى، لقلب المأزق عليها، أو إدخالها بمأزق جديد.

التأثير الخفي في سلسلة (توم وجيري):

بمجرد استعراض الأفعال الدرامية التي تحتويها حبكات حلقات سلسلة أفلام الرسوم المتحركة (توم و جيري) فإننا سنجدها؛ سلسلة أفعال تحطيم وتدمير وإتلاف (**إسقاط ثريا، تحطيم مجموعة من الصحون، خلط موجودات المطبخ مع بعضها، تدمير جهاز كهربائي، تحطيم بيانو، إتلاف سجادة، قلع شجرة؛ إتلاف حديقة، إحداث ثقب في سقف الدار، خلع الباب الرئيسة للدار، انهيار الدار كله...**).

ومع تتابع هذه الأفعال تحطيماً وتدميراً وإتلافاً، تتتابع في نفس المتلقي دفقات من الإدهاش، لذكاء فكرة الفخ، أو فكرة رد الفعل، وغرابتهما، مما يحدث إعجاباً بهذه الأفعال، ولأن هذه الدفقات من الإدهاش تتخلل نفس المتلقي وهو في حالة من الاسترخاء الذهني الذي يبثه الجو الكوميدي فيه، وحبكة الحكاية الضعيفة، لذا فإنها تتطور من الإعجاب إلى انطباع باستحسان هذه الأفعال، استحساناً يحجب المتلقي عن التفكير في الأضرار الناتجة عن التحطيم والإتلاف والتدمير، أي: أن

المتلقي يكون قد تسلم رسالة مستترة بأسلوب الانطباعية من خلال توليد الانطباع الحسن بالأفعال المسببة للضرر، إذا أراد الوصول إلى غاية ما، وبتعزيز هذه الرسالة المستترة بالتكرار المستمر عبر الحلقة الواحدة، ومن ثم عبر حلقات السلسلة، يتحول هذا الانطباع إلى أفكار تستقر في ذهن المتلقي دون وعي منه، لتظهر على سلوكه عدم الاكتراث مما تسببه الأفعال التي يقوم بها من أضرار، إن أراد الحصول على شيء ما، وبالتقادم تتراكم اللاأبالية في أفعاله لتتجمع تلك الأفكار، يدعمها ما يحققه من منافع ذاتية، لتتشكل على شكل سمة من سمات تفكيره وسلوكه، ظاناً أنها نتيجة من نتائج خبرته الذاتية، ولا يعلم أن هذه الخبرة إنما كانت توجهها دفة التأثير الخفي، لسفينة عمليات إعلامية اسمها (توم وجيري) كان يركبها حينما كان صغيراً، فقادته نحو اعتناق مبدأ (الغاية تبرر الوسيلة) فكراً وسلوكاً. ويستدل مما تقدم:

أولاً: لا يمكن إثبات قصدية الرسائل المستترة الموجودة في هذه السلسلة، وإن كانت غير مقصودة، فإنها من نوع المتوافقة المتأتية عن طريق انعكاس التكوين النفسي والفكري لمنفذيها الذين يعتنقون الفلسفة البراغماتية المتوافقة مع التأثير الخفي، كما هو واضح، كما أن هذه الرسائل المستترة طويلة، ومن النوع (الفنية) التي تستخدم أدوات الرسائل المستترة كلها وفي مرحلتيها، وهذا ما أكسبها خاصتي القوة والخطورة بهذا المستوى العالي.

ثانياً: أن مما يمكن أن تقوم به الرسائل المستترة التي تتضمنها العمليات الإعلامية من تأثير خفي على تفكير وسلوك المتلقي يتميز عن التأثير الظاهر (المعلن) بالقوة والخطورة، فأما قوته فإنها تأتي من أنه قادر على النفاذ إلى العقول دون أن تعي تلك العقول ذلك، نفاذاً يؤدي إلى اكتساب سلوك يستند إلى مبادئ تجمعت من أفكار جعلت هذا السلوك يبدو وكأنه سَلِيقَةٌ جُبِلَ عليها المتلقي، وأما خطورته فإنها تأتي، -إضافة إلى سبب قوته نفسه-، لقدرة هذا النوع من العمليات

الإعلامية على قبولها، لأنها تستخدم لإشباع حاجات، وتحقيق مصالح، وتلبية اهتمامات المتلقي في مستواها المعلن، بينما تبلغ أهدافها في مستواها المموه، هذه القدرة تجعل هذا النوع من العمليات الإعلامية قادراً على تحقيق مبدأ التكرار المؤدي إلى التراكم المؤدي إلى تعزيز (تثبيت) التأثير الخفي في ذهن المتلقي، المثبت أساساً من خلال خاصيته الأولى وهي، قوته في النفاذ دون وعي من المتلقي، ومن هذه العمليات الإعلامية؛ سلسلة أفلام الرسوم المتحركة (توم وجيري) إذ بعد عشرات السنين من إنتاجها تواصل زرع تأثيرها الخفي في أذهان الأجيال، لأن القنوات الفضائية المخصصة للأطفال منها وغير المخصصة الناطقة باللغة العربية تعرض حلقاتها بشكل يكاد يكون متواصلاً على مدى ساعات اليوم، إذا ما تم جمع الساعات التي تعرضها كل قناة مع بعضها، وما القنوات الفضائية الناطقة بلغات الشعوب التي تعيش على الأرض ببعيدة عن هذا المعدل في العرض مما يعني أن سكان الأرض كلهم وبتتابع الأجيال، معرضين لتلقي الرسائل المستترة الموجودة في هذه السلسلة بشكل متكرر ومستمر، لزرع تأثيرها الخفي المستدل عليه آنفاً، في كل هذه الأجيال، لتساهم في رسم خارطة العقل الجمعي لهذه الشعوب، دون وعي منها.

النتائج

خلص البحث إلى:

إن التأثير الخفي الرئيس لسلسلة الرسوم المتحركة (توم و جيري) هو إكساب المتلقي الوسائل التي تجعله يعتنق مبدأ (الغاية تبرر الوسيلة) فكراً وسلوكاً.

إن خصائص هذا التأثير هي:

١- قوة التأثير.

٢- خطورته بقدرته على الانتشار زماناً ومكاناً.

ويقترح البحث لتجنب خطورة التأثير الخفي لمثل تلك العمليات الإعلامية، إذ أصبحت جزءاً من البيئة التربوية، ولا مجال إلا للعيش في هذه البيئة، إنتاج عمليات إعلامية بديلة تحمل تأثيرات خفية تستند إلى ما في فكرنا التربوي من قيم على أن تكون بالمستوى نفسه من القوة والقدرة على الانتشار، كما يوصي بإقامة الدراسات المستمرة، التي تحاول أن تقف على التأثير الخفي للعمليات الإعلامية، وبالأخص الشائع والمنتشر منها، لتشخيصه، وإيجاد الحلول التي تحد من قدرة خصائصه، على رسم خارطة عقلنا الجمعي.

المصادر

١- الاتصال في مجال الإبداع الفني والجماهيري، د. محمد عبد الحميد، عالم الكتب، بيروت ١٩٩٣م.

٢- الاتصال والمجتمعات الرقمية، د. فريال مهنا، دار الفكر المعاصر، بيروت ط١، ٢٠٠٢ م.

٣- استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، د. صالح خليل أبو إصبع، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ط ١، ٢٠٠٥م.

٤- إستراتيجية الاتصال مع الآخر، د. فاروق ناجي محمود، إصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، بغداد، ط١، ٢٠٠٩م.

٥- الخطاب الإسلامي، مجموعة مؤلفين، تقديم د. طه أحمد الزيدي، إصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، بغداد، ط١، ٢٠١٠م.

٦- معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، د. طه أحمد الزيدي، إصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، بغداد، ط١، ٢٠١٠م.

٧- لسان العرب، لابن منظور.

٨- مجلة الحقائق، الرسائل المستترة في الإعلام السمعمرئي، د. فاروق ناجي محمود، الرابطة الإسلامية للإعلام، العدد٢٠ / ٢٠١٠م.

9- Lasswell. Har old (1977)"the sutur e Function of communication society "in schr amm &r ober ts(eds)the pr ocess& effects of mass comm. Unicayion Chicago:univer sity of I llinoispr ess.

10- http://Libr ar y.thankquest.or g/28162/abshtml

11- http://tamimi.owno.com/montada-f33/topic-t26213.htm

12- http://www.sycoz.com/vb/35296

13- http://ar .wikpedia.or g/wiki

" دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء للوطن"

رافد عطية عبد الجبار

مسؤول إعلام دائرة الإرشاد الإسلامي - ديوان الوقف السني

مقدمة

لا يخفى على كل مسلم يعيش في زماننا هذا أن هناك خللاً كبيراً لا يكاد يخفى في كل أسرة، وهو أننا نعيش في أزمة تربوية قد تؤدي إذا ماتركت إلى هلكة امة الإسلام، فالذي يعلم أخطار هذه الأزمة ويبقى صامتاً لايحرك ساكناً ولايستطيع أن يجد الحلول المناسبة فتلك مصيبة كبرى، وأما أن يرى أن الآباء والأمهات الذين يقومون بدور المربي في الأسرة هم أيضاً بحاجة إلى التربية فتلك مصيبة أعظم.

نحن في عصرٍ آباؤنا فيه بحاجة إلى آباء، وأمهاتنا فيه بحاجة إلى أمهات، ومربونا فيه بحاجة إلى مربين، ودعاتنا بحاجة إلى دعاة.

لذا من المناسب وخصوصاً في هذا الظرف بالذات أن نعيد حساباتنا ونصحح مفاهيمنا ونقدر الأمور بمقاديرها الصحيحة فمن أين نبدأ؟ وكيف نبدأ؟ ولماذا نبدأ؟ تلك أسئلة وغيرها كثير سنتطرق إليها في بحثنا هذا ليكون بإذنه تعالى ورقة عمل للإعلام التربوي الذي يجب أن نجسده في أرض واقعنا كي نواجه ولو جزءاً بسيطاً من مخططات أعدائنا في تشويه صورة إسلامنا أو مجتمعاتنا، فنكون بذلك قد أدينا الأمانة الإلهية التي ألقاها رب العزة (جل جلاله) على عاتقنا بقوله تعالى: ﴿ إِنَّا عَرَضْنَا ٱلْأَمَانَةَ عَلَى ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضِ وَٱلْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَن يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا ٱلْإِنسَٰنُ إِنَّهُۥ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾ ﴾ [الأحزاب: ٧٢].

-فيا عجباً على أمة اقرأ كيف خدرها الجهل.

-ويا عجباً لأمة سورة العصر كيف قبلت أن تكون خارج العصر.

-ويا عجباً لأمة سورة الحديد كيف أناخ بها الضعف.

-ويا عجباً من أمة قائدها وقدوتها محمد (صلى الله عليه وسلم) أن تتخلف وتتربى بغير أخلاق صاحب الخلق العظيم، وتنشأ وتتأدب بغير آدابه، وقد قال فيه سبحانه (وانك لعلى خلق عظيم)[القلم: ٤].

"مفهوم الإعلام التربوي":

لكي نتحدث عن الإعلام التربوي واهميته في تدعيم الانتماء الوطني لابد لنا أن نوضح مفهوم الإعلام التربوي وبعض المتعلقات بهذا المفهوم؛ لكي نضع الأسس والأهداف والعلاجات بعد ذلك التي يمكن أن تكون واقعية.

فمفهوم الإعلام التربوي: هو استثمار وسائل الاتصال من أجل تحقيق أهداف التربية في ضوء السياستين التعليمية والإعلامية للدولة.

فكلمة (استثمار) لها مدلولات كثيرة أشبه ما تكون بمشروع كبير له فوائد جمّة تعود بالتالي بالمنفعة للمجتمع الذي نعيش فيه، حاله كحال الاستثمارات الاقتصادية التي تعود بالنفع لأبناء المجتمع الواحد، فوسائل الاتصال في الدولة كثيرة ومتعددة ومختلفة حسب المطلعين عليها، فالتلفزيون، الراديو، الانترنت، الصحف، المجلات وباقي وسائل الاتصال مع الفرد تختلف من وقت لآخر، ومن عصر إلى آخر، لابد للدولة بكل مؤسساتها أن تستغل هذه الوسائل لخدمة افراد المجتمع لتحقيق اهداف تربوية لها أثرها لاحقاً في بناء الدولة.

لقد لاحظنا أن العراق طوال مدة الاحتلال لم يشهد إعلاماً تربوياً حقيقياً بل توجه إلى اتجاهات غير تربوية تؤزم من موقف الإعلام التربوي مستقبلاً.

فاتجاهاته إما سياسية أو طائفية أو عرقية أو مذهبية، ومن ثم نشأت تربيات غير متكاملة أدت إلى بناء أجيال غير تربوية، وسبب ذلك الإعلام الذي اتجه نحو هذه الاتجاهات المنحرفة مما أدى إلى عدم الثقة ببعض قنوات الإعلام المختلفة، وتحولت ثقتهم المطلقة إلى قنوات أخرى فأخذ يتربى الجيل الجديد بمفاهيم تلك القنوات الإعلامية غير التربوية، ومن ثم ازدادت الفرقة والتشتت بين أبناء الجيل الواحد ، فتفرقت أفكارهم وطموحاتهم، وحصل عدم التعاون بينهم، مما أدى إلى إضعاف الإبداع الفكري الذي سيؤدي إلى إضعاف إمكانيات البلد الواحد.

«تماماً كما يحصل في لعب كرة القدم، فلو أن لاعب الكرة أخذ يلعب في ساحة اللعب حسب انتمائه الطائفي أو العرقي فإنه لايستطيع أن يحقق النتائج المرجوة».

لذا وجب علينا أن نضع أسساً ومبادئ ومنطلقات أخرى أفضل، تأخذ بنظر الاعتبار أن البلد الواحد أو المجتمع الواحد لايسير بما ترتضيه الدول حتى تتربى على أسس وطنية تأتي من منطلق التربية الصحيحة، والتي يكون للإعلام التربوي الدور البارز في تحقيقها.

وأول من يستخدم تلك الأسس هم الإعلاميون الذين يحددون اتجاه الشارع بالاتجاه الوطني.

ثم بعد ذلك نضع الأهداف التي نسعى إليها في إطار السياستين الإعلامية والتعليمية، ثم نضع الخطة التنفيذية للإعلام التربوي، ثم الاستراتيجية في التوزيع، كل هذا يتحدد في كافة قنوات الإعلام، ولابد للجهات المسؤولة في الدولة أن تدعم مثل هذه التوجهات دعماً مادياً ومعنوياً، وتركز على هذه التوجهات دون غيرها إذا أرادت حقيقة تحقيق الوحدة وعدم الفرقة بين أبناء البلد الواحد، ولكي نصل إلى هذا الطموح لابد أن تكون هناك صفتان مهمتان يتحلى بهما من يريد

تحقيق ذلك وهما:

١- **الأمانة.**

٢- **الموضوعية.**

ولا نريد أن نخوض في هاتين الصفتين لأنهما ليستا موضوع بحثنا.

إذن... لابد أن تكون هناك جهات إعلامية متفرغة لمتابعة هذه الخطوات لتحقيق مصلحة البلد، وتكون لها صلاحيات كثيرة تستطيع أن تختصر جوانب أو عوائق كثيرة في ذلك.

" فائدة الإعلام التربوي":

بعد أن تبين لنا مفهوم الإعلام التربوي لابد لنا أن نبين الفائدة المرجوة من ذلك النوع من الإعلام.

ويمكن تلخيص تلك الفائدة بما يأتي:

١-ترسيخ القيم النبيلة التي نستمدها من الإسلام وخصوصاً أنّا في مجتمعات إسلامية من واجبها الشرعي أن تتحلى بتلك القيم والأخلاق النبيلة.

٢-تنبيه الناس على أهمية هذه المؤسسات التربوية، والتواصل والتعاون معها، ودعمها بالرأي والنصيحة والخبرة والاقتراحات، لأنها تحتضن الأجيال منذ نعومة أظفارهم.

٣-المزيد من العمل المستمر لإبراز جهود الدولة في البناء والإعمار والتعاون مع أجهزة الدولة المختلفة لتحقيق المصلحة العامة.

٤-إشراك المجتمع في المشاريع التعليمية والتوجهات التربوية والذي اقتصر على دور العبادة فقط طوال المدة الماضية مما جعل هناك عبئاً على تلك المؤسسات، وقد

تكون أحياناً تلك المؤسسات غير قادرة على تحقيق الفائدة المرجوه بسبب العاملين فيها ممن لا تتوفر فيهم الإمكانات التربوية.

٥-تدعيم العلاقة بين الإعلاميين ووسائلهم الإعلامية المختلفة وبين التربويين ومؤسساتهم التربوية من خلال التعاون المشترك بينهما.

٦-الاستمرار في التواصل مع المثقفين والتربويين والأسرة التعليمية والاستفادة من كل رأي سديد.

٧-إظهار التجارب التربوية في المجتمع والتي تؤدي إلى الإبداع مستقبلاً وتساهم في معالجة مواطن الخلل في المناهج التربوية.

٨-مساندة المربين في تقريب المعلومة إلى الطلاب، وترسيخ القيم التربوية مما يسهم في تحسين سلوك الطلبة والتلاميذ في المدارس.

"الصفات الخاصة بالإعلامي التربوي":

بعد أن تعرفنا على مفهوم الإعلام التربوي وعن فوائده المرجوة لابد لنا أن نحدد صفات العاملين في هذا المجال منها ما يأتي:

١-أن يكون فاهماً لسياسة التعليم المرنة، والتي تبدأ بمراحله الأولية ثم ترتقي مع عمر الطالب أو التلميذ لتحاور عقله عبر مراحل دراسته.

٢-أن يلم بأجهزة التعليم وجوانب العملية التربوية كالمناهج والمعلمين والطلاب والنشاط المدرسي.

٣-أن يكون مطلعاً على كل جديد في مسيرة التعليم وما يطرأ عليها من مستجدات قد تؤثر على العملية التربوية.

٤-أن يكون على علاقة دائمة بقضايا التربية والتعليم سواء مع أجهزة الدولة

أو تساؤلات الناس وقضاياهم.

٥-أن يكون قارئاً ومتابعاً ومشاهداً ومستمعاً لكل وسيلة إعلامية مفيدة من شأنها أن تساهم في دور الإعلام التربوي.

هذا بالإضافة إلى صفات وسلوكيات تدل على كونه حريصاً على قضيته التي يطمح في أن يصل إليها كل طالب أو تلميذ.

"محاور النقاش":

بعد تلك النقاط التي تحدثنا عنها في عرض مفهوم الإعلام التربوي والفائدة والصفات التي لابد لنا أن نقارن كواقع حال عندنا في العراق لكي نكون أكثر واقعية، ولوضع النقاط على الحروف بما ينسجم مع أطياف شعبنا، واختلاف ثقافتهم وتوجهاتهم الدينية والثقافية والاجتماعية والعرقية، لابد لنا أن نتحدث عن المحاور التي يمكن من خلالها أن نخطو الخطوات الأولية في مجال الإعلام التربوي الذي يمكن أن يطبق على أرض الواقع بما ينسجم مع ما تطرقنا إليه آنفاً.

إذن الخطوات أو المحاور يمكن أن تكون على شكل أسئلة، ويمكن أن تكون واقعية تحرك الذهن عن حقيقة الإعلام التربوي عندنا في العراق، وقد جعلنا هذه المحاور على شكل أسئلة لأننا، حقيقة في العراق لم نجد إعلاماً تربوياً جاداً في التصحيح ورفع الحس الوطني بين أبنائه، «لذلك كان علاجنا أو ردنا لمثل هذه المحاور هو الخطوات الواقعية المنفذة في أرض الواقع».

وينبغي لكل مؤسسة أو جمعية أو منظمة أن تسعى لتطبيق ما تطمح إليه على أرض الواقع، آخذة بنظر الاعتبار التنوع والتلون بين أطياف الشعب الواحد ، وربما يرفع من روح المواطنة بين أبنائها.

لذلك نتمنى من كافة القنوات الإعلامية التربوية أن تجد الأجوبة المناسبة لهذه

الأسئلة التي يمكن الإجابة عليها إذا ماتوفرت الأمانة الموضوعية في تحقيق دعم الانتماء الوطني.

ومن أهم تلك المحاور ما يأتي:

١- ما هو واقع الإعلام التربوي في مدارس العراق؟ وهل هناك خطوات حقيقية أقيمت أو ستقام في المستقبل؟

٢- ما مدى مشاركة التلاميذ أو الطلبة في نشاطات الإعلام التربوي؟

٣- ما مدى قدرة الإعلام التربوي في العراق على بث القيم الوطنية بين التلاميذ؟

٤- ما مدى امتثال التلاميذ أو الطلبة للقيم الوطنية التي يبثها الإعلام التربوي، هذا إذا أخذنا بنظر الاعتبار أن هناك إعلاماً تربوياً؟

لكي نخوض في تفاصيل هذه المحاور لابد لنا أن نتعرف على وسائل الاتصال المتوفرة لدينا وتأثير هذه الوسائل على الفرد.

"فكلمة **اتصال**: تعني فكرة سحرية لكنها مثيرة للقلق أيضاً، فهي سحرية لأنها في دلالتها ذات الأصل اللاتيني تدل على الدخول في علاقة، فهي فكرة التقاء الأشخاص واتصالهم، وخلق جسور بين العوالم والشعوب والمجتمعات والأفراد، وتعني أيضاً نقل الأخبار والمساعدة على نشر المعرفة وفتح العقل،لكن الاتصال من جهة أخرى يحمل معالم المجتمع الاتصالي".[1].

"والاتصال لايعني فقط الإعلام لكنه يعني أيضاً البحث عن التأثير في الأخرين أو إثارة إعجابهم أو الدفاع عن موقف ما، وهذا يعني كذلك أن الاتصال ليس عملية واضحة بل هو عملية في غاية التعقيد، ومن ثم فإن المطلوب هو الكشف

---

(١) الاتصال والعولمة/ د. أحمد بخوش ص٥

عن خباياه متى نتمكن من التحكم فيه بطرق أفضل".[1]

يتضح لنا هنا أن من الواجبات التي تترتب على الإعلامي التربوي استغلال وسائل الاتصال المتاحة وبلورتها بما يخدم العملية التربوية.

لذلك ولكي ندرك أهمية العملية الاتصالية بكل تقنياتها يقتضي أن نتعرف على مفهوم الاتصال كي نستخدمه بشكل صحيح لنقل المعلومة التربوية، إذ نجد مع تداول هذه الكلمة الواسعة إلا أنها تحمل معاني مختلفة وعديدة، فقد نستعملها بوصفها علماً أو فناً أو علاقات إنسانية أو رسائل اتصال جماهيرية أو حاسبات آلية شخصية، كما أنها قد تهدف أو تعبر عن عملية هادفة مقصودة أو طبيعية تلقائية.

ولكن كل هذه الطرق أو المجالات والمعاني تركز أساساً على عنصر أساسي هو نقل المعلومات.

وعليه فقد وضعت عدة مفاهيم للاتصال، كما نلاحظ من خلالها أن كلاً منها يؤكد على جانب أو آخر له أهميته في تحقيق العملية الاتصالية، كما نلاحظ اختلاف هذا المفهوم من تخصص علمي إلى آخر تبعاً للأهداف التي يسعى هذا العلم إلى تحقيقها.

"أهمية الاتصال لخدمة الإعلام التربوي":

لم يعد خافياً أننا نعيش عصر الاتصال، فقد تقدمت تقنيات الاتصال بشكل مثير، وتعددت وسائله إلى حد جعل الأقمار الاصطناعية توحد بين القارات لتنقل الكلمة والصورة عبر آلاف الكيلومترات، وتعرضها مباشرة على الناس أجمعين، ومن ثم نال موضوع الاتصال اهتمام الكثير من الدارسين الذين يعالجون الاتصال

---

(١) المصدر السابق ص ٦

بوصفه عملية اجتماعية، وضرورة من ضرورات استمرار الحياة الاجتماعية ذاتها، وازداد الاهتمام بأساليب السيطرة الاجتماعية وتوجيه الرأي العام بتطبيق مناهج البحث الحديثة في هذا المجال وذلك لأغراض متعددة.

"أهداف الاتصال في الإعلام التربوي" :

مما سبق يتبين لنا أن عملية الاتصال تسعى إلى تحقيق هدف مهم وهو التأثير في المستقبل حتى يحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل، وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو اتجاهاته أو على مهاراته.

لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى ما ياتي:

١-هدف توجيهي.

٢-هدف تثقيفي.

٣-هدف تعليمي.

٤-هدف ترفيهي.

٥-هدف اجتماعي.

٦-هدف اداري: ويتحقق حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسات والهيئات.

"عناصر العملية الاتصالية" :

١-المرسل: هو النقطة التي تبدأ عندها العملية الاتصالية وقد يكون هذا المصدر هو الإنسان أو الآلة أو المطبوعة أو غير ذلك.

٢-المستقبل: هو الجهة التي نوجه إليها الرسالة الاتصالية ويقوم بحل رموزها

بغية الوصول إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها وينعكس ذلك في نمط السلوك الذي يقوم به.

٣-**الرسالة**: هي الموضوع أو المحتوى الذي يريد أن ينقله إلى المستقبل أو هي الهدف الذي تهدف العملية الاتصالية إلى تحقيقه.

٤-**الوسيلة**: هي القناة التي تمر من خلالها الرسالة بين المرسل والمستقبل ويجب التأكيد على أن وسائل الاتصال ضرورية ولايمكن للعملية الاتصالية أن تتم في غيابها كما أنها تحتل ركناً أساسياً فيها.

يتبين مما سبق وبعد أن وضحنا العديد من المحاور التي يمكن أن تنفع المؤسسات التربوية أو الجمعيات أو أية جهة جادة في تجسيد واقعي للإعلام التربوي، والذي بدوره ينمي الدعم للانتماء الوطني.

اذن... ما هو العلاج؟ وما هي المقترحات؟

"العلاج":

لكي يتحقق النجاح ومن ثم الارتقاء في هذا النجاح ثم المواصلة ثم الإبداع، حتى يستمر هذا الانجاز العظيم بشكل واقعي في المجتمعات وبخاصة الإسلامية منها، لابد أن تكون هناك جهات إعلامية متفرغة لمتابعة هذه الهيكلية لتحقيق مصلحة البلد، وتكون لها صلاحيات كثيرة تستطيع أن تختصر جوانب أو عوائق كثيرة في ذلك ، لذلك وجب وجود إدارتين تتفرغ في سيل الإعلام التربوي:

أولاً:- إدارة الإعلام التربوي: وتتفرع إلى شعب متعددة:

١-**شعبة التلفزيون والإذاعة**: مهمتها متابعة القنوات التلفزيونية أو البرامج الإذاعية مع ملاحظة عدم طرح المواضيع الطائفية أو المذهبية أو العرقية التي من

شأنها طمس روح الوطنية وزرع روح عدم التعايش السلمي بين أفراد المجتمع الواحد في حين أن الإسلام وهو دين الدولة الآن يأمر بالتعايش والتعاون وعدم الكراهية والحقد بين أبنائه.

لذا وجب متابعة هذه القنوات الإعلامية ومحاسبة المقصرين فيها كي لا يشوش على جهود هذه المؤسسة، ويمكن تجاوز حقيقة هذه النقطة بأن يكون الإعلام مستقلاً غير خاضع لجهات مغرضة.

٢-**شعبة الصحافة**: وهي شعبة فعالة أيضاً مهمتها متابعة الإصدارات والمجلات والجرائد والصحف والمطبوعات الأخرى لأنها قد تؤثر أيضاً بشكل مباشر على عمل المؤسسة التربوية.

٣-**شعبة الشؤون الإدارية**: هذه الشعبة مهمتها متابعة المدارس والمعاهد والكليات في الدولة لتطلع على الواقع التربوي ، والسلوكيات الخاصة بالطلبة، وهي شعبة يأخذ معظم أفرادها دور التجوال والاطلاع بشكل واقعي عما يدور في تلك المؤسسات التربوية.

٤-**شعبة الانترنت**: مهمتها متابعة كل مايتعلق بالبرامج التي تنشر على شاشات الانترنت التي أصبحت الآن موقع استقطاب معظم الشباب بل حتى الأطفال والتي بدورها قد تؤثر على سلوكياتهم بشكل كبير جداً وتعيق المسيرة التربوية.

ثانياً:- إدارة العلاقات العامة:

يعنى هذا القسم بالعلاقات العامة الخارجية أو الداخلية والتي تعود بالمنفعة على الجانب التربوي أو تنظيم الرحلات والزيارات وبرامج الترفيه سواء كانت خارج القطر أو داخله.

ملاحظة: يمكن إقامة وحدات للعلاقات العامة في كل منطقة من مناطق البلد

مهمتها بذل جهود حثيثة ومخلصة لأداء مسؤوليتها الملقاة على عاتقها على الوجه المطلوب، ومن هذه الجهود:

١-زيادة الاهتمام بوسائل الاتصال.

٢-لفت انتباه المجتمع إلى التربية والتعليم.

٣-تنفيذ العديد من البرامج النشاطات على مستوى المدارس والمعاهد والكليات.

٤-تكوين لجان للإعلام التربوي في كل إدارة تعليمية تتولى المسؤولية الملقاة على عاتقها وحسب ما ذكر آنفاً، من إقامة علاقات عامة والمشاريع والتوجيهات ومتابعة التجارب والإبداع فيها.

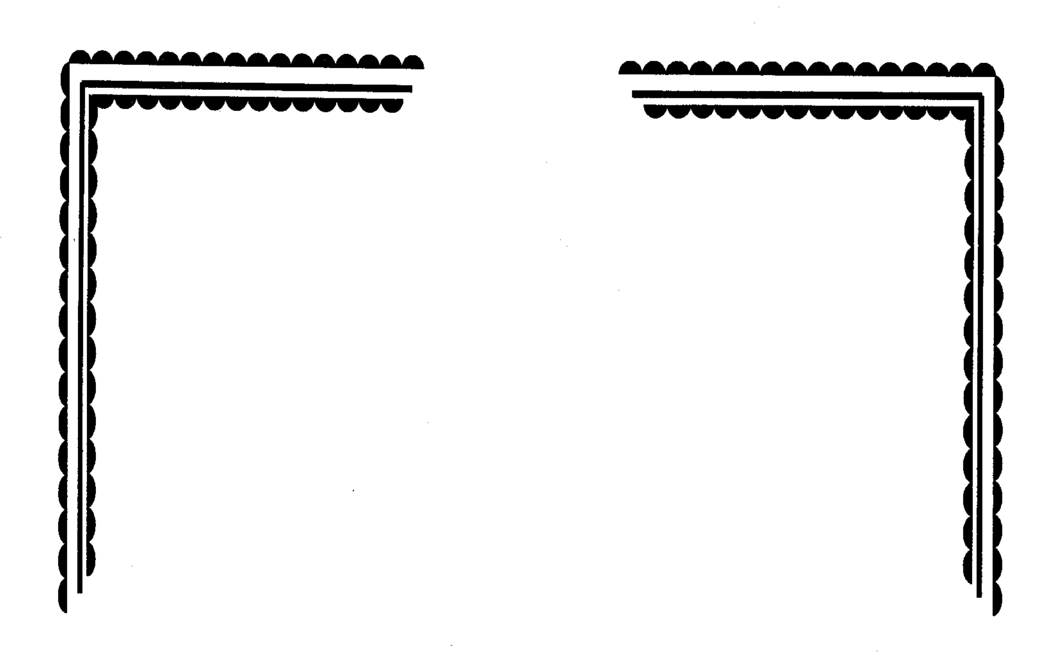
لقد أصبح العراقيون سياسيين بشعورهم إلى الانتماء إلى تلك الكتلة أو ذلك الحزب أو القومية، لذلك تحول البلد إلى كتل وأحزاب وقوميات بُني على أساسها مناهج تلك الكتل أو الأحزاب، وليس على أساس وطني، ومن ثم تحول الانتماء للطائفية أو الفرقة أو العرق ثم تمزقت الوحدة التي ادت إلى تمزق الإرادات ثم إلى تشتيت الجهود ثم إلى الضعف فأصبح عراقنا ضعيفاً في كل مجالاته...

لذا نضع هذين المقترحين في محور النقاش، ويمكن زيادة هذه المقترحات التي من شأنها دعم الانتماء الوطني الذي يفتقر إليه العديد من أبناء بلدنا والذين هم في مواقع المسؤولية واتخاذ القرار.

"**المقترحات**":

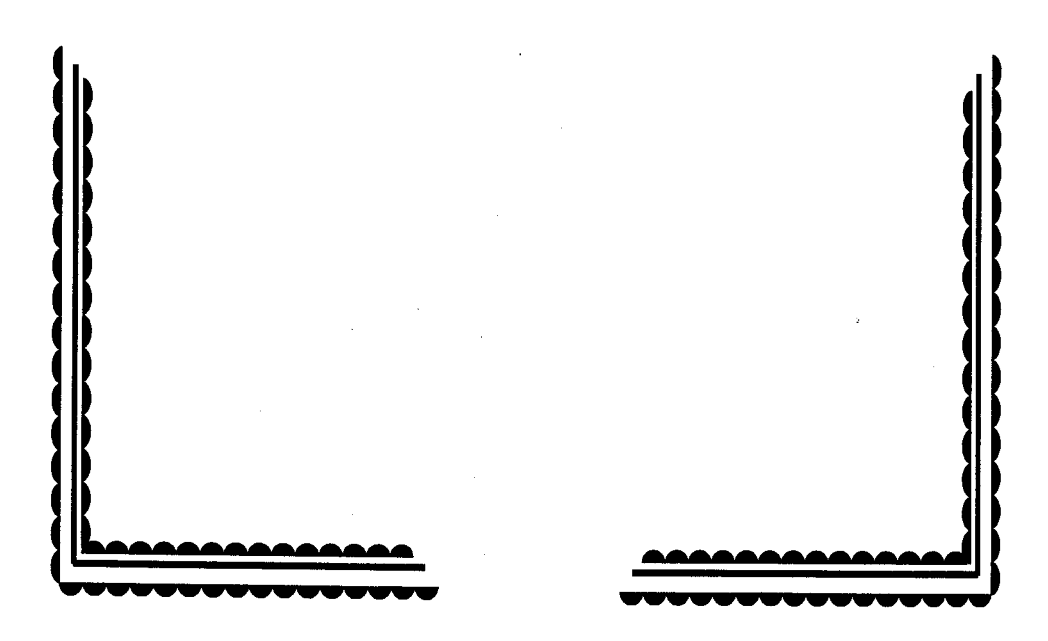
١-إنشاء مؤسسة أو منظمة أو جمعية للإعلاميين التربويين مدعومة من قبل مجلس الوزراء، تتولى على عاتقها جميع ماذكر سابقاً ومتابعته ووضع الدراسات الإستراتيجية لها ودعمها بكل الوسائل المتاحة.

٢-إظهار المعالم والمناسبات الوطنية بالمظهر المناسب من خلال وسائل الإعلام ودعوة المواطنين كافة للمشاركة فيها وإلقاء الخطب والمواعظ التي من شأنها ترسيخ انتمائهم الوطني.



المحور الثاني

المسؤولية الاجتماعية للإعلام



استثمار ظاهرة الرأي العام في دعم مقاصد الإسلام في ضوء السنة النبوية

د. فراس محمد إبراهيم

جمعية الباحثين والتدريسيين الجامعيين

مقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، وبعد:

فإن السنة النبوية لم تدع قاعدة من قواعد الحكم إلا قررتها، ولا ناحية من نواحي الحياة إلا أوضحت أمرها، ولا حالة من الحالات النفسية أو العقلية أو الاجتماعية إلا أبانت حكمها، ولا سبباً من أسباب التقدم والرقي والنهوض بالأمة إلا بينته وحثت على التمسك به، إلى غير ذلك من المزايا التي كانت من المقومات التي نهضت بالأمة إلى المدنية المؤسسة على القواعد الصحيحة والأخلاق الحسنة، فرفعت المسلمين الأوائل بين الأمم وسعدوا بها وسادوا على غيرهم[1].

ولم تغفل السنة النبوية عن ظاهرة اجتماعية وسياسية ارتبطت بظهور المجتمعات الإنسانية، وباتت عامل ضبط وتنبيه للسلطة، ألا وهي ظاهرة الرأي العام.

وقد أصبح للرأي العام أهمية بالغة في عالمنا المعاصر، وتحول إلى ركن أساسي من أركان المجتمعات، فهو يشكل قوة كبيرة في المجتمع كونه يقف على آراء الناس وميولهم، وهي إحدى الوسائل التي تنير للحكام والساسة الطريق، وتمكن الدولة

---

(١) ينظر: الرأي العام في الإسلام، لمحمد عبد الرؤوف بهنسي، مؤسسة الخليج العربي-القاهرة، ط/ ٢ لسنة ١٩٨٧م: ٧-٨.

من أداء وظيفتها في إدارة المجتمع وتنظيم شؤونه؛ وتلقي الضوء على أعمالهم وتجليها للجميع، ومن هنا يؤدي الرأي العام دوراً كبيراً في صنع القرارات السياسية للدولة، إلا أن هذا الدور يبقى رهيناً بمدى تمتع المجتمع بحريته في إبداء رأيه(١).

ومصطلح (الرأي العام) حديث عهد ولذا لا نجده حرفياً في نصوص السنة النبوية، إلا أن مدلوله موجود وشواهده في السنة واضحة، لكنها تحتاج لدراسة موضوعية تعتمد على التحليل والنقد والربط مع الواقع المعاصر.

أهمية الموضوع:

أما أهمية موضوع البحث فتتلخص بالآتي:

١-السنة النبوية هي المصدر الثاني من مصادر التشريع الإسلامي، ولم تترك شيئاً يحفل به البشر إلا وتطرقت إليه سواء بشكل تفصيلي أو بشكل مجمل، فالسنة فيها من النظريات والتطبيقات العملية ما يوافق الكثير من مناحي الحياة المعاصرة مما يتطلب إظهارها للناس عامة وللمسلمين خاصة.

٢-اهتمام الإسلام بالرأي العام ورفع منزلته، ومنحه حق النظر في الكثير الأعمال وتقويمها، وأمر الله عز وجل لنبيه بالعمل على مراعاته باستخدام لين الحديث، وسماحة النفس، فيخاطبه بقوله: ﴿ فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾ ﴾ [آل عمران: ١٥٩].

٣-اهتمام الرسول ﷺ باستثمار ظاهرة الرأي العام، وإعطائه المكانة اللائقة،

---

(١) ينظر: المصدر نفسه: ١٥، وينظر: الرأي العام وقفة تأصيلية، ليونس زكور، مقال علمي منشور على موقع دنيا الوطن على شبكة الانترنت: http://pulpit.alwatanvoice.com

فنجده يرجع إلى أصحابه في كل أمر من أموره، يقف على آرائهم ويوازن بينها بعقله، ثم يأخذ بالأمثل في نظره من هذه الآراء.

٤-إن البحث في موضوع استثمار الرأي العام، إنما يعني البحث في مجموعة من العلوم، تلتقي عندها جميع أنواع صور الثقافة الاجتماعية والسياسية، ولذا فإن منهجية النقد والتحليل تعني التقاء جميع أنواع صور التحليل الاجتماعي والسياسي، وتلك نتيجة طبيعية تتعلق ببنية الظاهرة ذاتها، فلو نظرنا إليها كظاهرة سياسية على سبيل المثال سنجد أنها ظاهرة لا وجود لها في ذاتها، لكن الموقف هو الذي يصبغها بتلك الصبغة، وإعطاء الموقف الصبغة السياسية ينبع من الظروف المحيطة بهذا الموقف، وهذا ما يفرض تحليلاً لجميع القوى المرتبطة بالموقف، اجتماعية وسياسية ونفسية؛ ومن ثم فإن التحليل لابد أن يتطرق إلى جميع تلك النواحي[1].

٥-تكمن أهمية الدراسة الموضوعية لموضوع استثمار الرأي العام في المجال السياسي، في كونها تتفق مع روح العصر الحاضر الذي تتجدد فيه حاجات المجتمعات، وتبرز فيه أفكار ونظريات جديدة، إذ تعطي هذه الدراسة رؤية وحلولاً صحيحة، وتخرج للناس أحكاماً عامة تغنيهم عن اللجوء إلى النظريات الوضعية.

سبب اختيار الموضوع:

ويعود سبب اختياري لهذا الموضوع للأمور الآتية:

١-لم أقف على بحث علمي يجمع شتات الأحاديث ويخدمها خدمة تجمع بين الخدمة الحديثية والموضوعية.

٢-أغلب المؤلفات التي اطلعت عليها في مجال (الرأي العام في الإسلام) أو

---

(١) ينظر: نظرية الرأي العام، للدكتورة حميدة سميسم، الدار الثقافية للنشر، بدون رقم وتاريخ طبعة: ١٢.

اقتربت منه اعتمد مؤلفوها على أحاديث ضعيفة أو لا أصل لها، الأمر الذي يستدعي البحث والدراسة في هذا الموضوع.

٣-تتسم ظاهرة الرأي العام بكونها مركبة (نفسية واجتماعية وسياسية واتصالية) في آنٍ واحد، ومع هذا التركيب إلا أن الرأي العام بوصفه ظاهرة سياسية هي الأكثر إثارة للاهتمام، والأكثر تأكيداً لسمات الظاهرة وخواصها.

أهداف البحث:

ولموضوع البحث أهداف أوجزها بالآتي:

١-الإسهام في التأصيل الشرعي لمسألة استثمار الرأي العام ومراعاته من خلال الحديث النبوي الشريف.

٢-تعريف المسلمين بأهمية استثمار الرأي العام في السنة النبوية، والنظرية النبوية في ذلك.

منهج البحث:

١-من هنا عمدت إلى جمع كل ما استطعت الوقوف عليه من الأحاديث والآثار الواردة في هذه المسألة، وخرجتها، ودرستها دراسة حديثية تكشف درتها، في ضوء المنهج الحديثي المعتبر، مقدماً لهذا بدراسة موضوعية توضح المسألة.

٢-وتتمثل عملية الباحث المنهجية في الدراسة الموضوعية التي تبنى على استقصاء ما في كتب السنة النبوية من أحاديث عن موضوع الدراسة، من خلال استعراض الدراسات الموضوعية التي يعمد أصحابها على جمع كل الأحاديث الواردة في كتب السّنة النبوية أو أغلبها عن موضوع الدراسة، للخروج بتصور عن تعامل السّنة النبوية مع الموضوع ثم الحديث عنه من خلال هذا التصور المستنبط. وكما

يأتي:

-جمع النصوص الحديثية من مصادرها الأصيلة المتمثلة في الكتب الحديثية التي أورد أصحابها الأحاديث فيها بأسانيد لهم إلى النبي ﷺ، بكل طرق التخريج المتوفرة.

-دراسة الأحاديث المجموعة ـ الواردة في غير الصحيحين ـ سنداً ومتناً للوقوف على الأحاديث المقبولة حسب مقاييس علماء الجرح والتعديل، ثم اختيار أجمع الألفاظ لتشكل المادة العلمية في البحث.

-تبويب الأحاديث المقبولة على وفق مصطلحات الرأي العام المعاصرة وصياغة الترجمة بشكل ينبئ عن المقصود.

-التعليق على الأحاديث بما يناسبها أو يستفاد منها في الموضوع، من خلال كتب الشروح، وإن لم أجد أوضح دلالة الحديث لو كانت غامضة.

توضيح غريب الحديث بالرجوع إلى كتب الغريب أو المعاجم اللغوية أو كتب الشروح.

-اختصار الحديث الطويل والاكتفاء بموطن الشاهد منه.

-الاكتفاء بذكر الراوي الأعلى للحديث، وذكر إسناده ومن أخرجه من الأئمة في مصنفاتهم في هامش البحث مع تبيان موضعه بالإشارة إلى الكتاب والباب والجزء والصفحة ورقم الحديث، فإذا كان في الصحيحين فالاكتفاء بتخريجه منهما، وإذا كان في غيرهما فالتوسع في التخريج حسب الحاجة، مع مراعاة ذكر الجزء والصفحة ورقم الحديث.

-البداية بتخريج المتابعات التامة فالقاصرة فالشواهد.

-الترجمة لرواة الحديث الوارد في غير الصحيحين، وذكر حكم علماء الجرح

والتعديل على الراوي.

-إذا كان الحديث في الصحيحين أو أحدهما تركت الحكم عليه مكتفياً بروايته فيهما أو في أحدهما، وإذا كان في غيرهما حكمت عليه بالطرائق المعروفة في التصحيح أو التحسين أو التضعيف.

-جمع المادة العلمية غير الحديثية من مظانها سواء الشرعية منها أو غير الشرعية، وذلك لتكتمل الفائدة من الدراسة وتصل لأعلى إمكانية علمية متاحة.

-ربط موضوع البحث بواقع المسلمين اليوم ليكتمل الهدف من الدراسة بمخاطبة أناس يعيشون في زماننا لإصلاح حياتهم على وفق المنهج النبوي الشريف.

-وضم البحث مقدمة ومبحثين وخاتمة.

المقدمة: وفيها أهمية البحث وسبب اختيار الموضوع وأهدافه ومنهج الباحث في كتابة البحث.

المبحث الأول: تحديد المصطلحات ومفهوم الرأي العام

ويضم الآتي:

أولاً: تعريف (الرأي العام) لغة واصطلاحاً.

ثانياً: تعريف السنة النبوية.

ثالثاً: تعريف الدراسة الموضوعية.

المبحث الثاني: استثمار ظاهرة الرأي العام في دعم مقاصد الإسلام

ويضم:

المطلب الأول: مراقبة الرأي العام وقياسه.

المطلب الثاني: تنشئة وصناعة الرأي العام.

المطلب الثالث: تعديل اتجاهات الرأي العام.

المطلب الرابع: التحذير من تضليل الرأي العام وخداعه.

الخاتمة: وتشمل أهم النتائج والتوصيات

المبحث الأول

تحديد المصطلحات ومفهوم الرأي العام

للبحث مصطلحات شكلت عنوانه، وفي هذا المبحث يتم تحديد المصطلحات وبيان مفهومها ومفهوم الرأي العام، وكما يأتي:

أولاً: الرأي العام

ثانياً: السنة النبوية

ثالثاً: الدراسة الموضوعية

أولاً: الرأي العام:

الرأي العام اصطلاح شاع ذكره على ألسنة السياسيين والإعلاميين كثيراً، وكذلك يرد كثيراً في المناقشات البرلمانية، وقد اهتم الباحثون أيضاً بالرأي العام اهتماماً كبيراً، إلا أنهم مع اهتمامهم هذا اختلفوا في تعريفه، ويعود السبب في عدم اتفاق الباحثين على مفهوم موحد للرأي العام إلى عدة عوامل من أهمها:

اختلاف النظرة للرأي العام تبعاً لاختلاف تخصصات الباحثين، فهو مصطلح يتردد بين علم السياسة وعلم الاجتماع وعلم الإعلام؛ أما علماء السياسة فإنهم يميلون عند دراستهم لظاهرة الرأي العام إلى التركيز على الدور الذي تعكسه آثاره على إدارة الدولة وتخطيط سياستها. وأما علماء الاجتماع فيميلون إلى النظرة إلى الرأي العام على أنه نتاج للتفاعل الاجتماعي والاتصالي(١).

تنبع هذه الاختلافات من التباين في وجهات النظر الاجتماعية والسياسية تجاه

---

(١) ينظر: أساسيات الرأي العام، للأستاذ الدكتور محمد منير حجاب، دار الفجر للنشر والتوزيع- القاهرة، ط/ ٣ لسنة ٢٠٠٧م: ١٢.

الشعوب ومدى الإيمان بدورها الحقيقي في المشاركة في مجال الفكر والسياسة[1].

الخلط بين الرأي العام والرأي النوعي أو بين رأي الأغلبية ورأي الصفوة المثقفة، أو الطوائف الأخرى[2].

لذا يجد الباحث من الضرورة بمكان أن يعرّف كلمتي المصطلح تعريفاً لغوياً قبل التعريف الاصطلاحي:

الرأي:

إن المعنى التداولي لكلمة الرأي يوضح أن الرأي: رأيُ القلب (العقل) وجمعه آراء، يقال: ما أضل آراءهم! على التعجب، ورأيت بعيني رؤيةً.. ورأيته رأيَ العين، أي: حيث يقع البصر عليه، وتقول من رأي القلب (العقل): ارتأيت، وفلان يتراءى برأي فلان، إذا كان يرى رأيه ويميل إليه ويقتدي به[3].

ويتضح مما ورد آنفاً أن الرأي قسمان:

١-رأي العين:

وقد ورد هذا المعنى في قوله تعالى: ﴿ قَدْ كَانَ لَكُمْ ءَايَةٌ فِى فِئَتَيْنِ ٱلْتَقَتَا فِئَةٌ تُقَٰتِلُ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ وَأُخْرَىٰ كَافِرَةٌ يَرَوْنَهُم مِّثْلَيْهِمْ رَأْىَ ٱلْعَيْنِ وَٱللَّهُ يُؤَيِّدُ بِنَصْرِهِۦ مَن يَشَآءُ إِنَّ فِى ذَٰلِكَ لَعِبْرَةً لِّأُو۟لِى ٱلْأَبْصَٰرِ ﴿١٣﴾ ﴾ [آل عمران: ١٣].

فالرأي في قوله تعالى: (رأي العين)، هو رؤية العين، أي: البصر، ولذلك تعدت

---

(١) ينظر: المصدر نفسه.

(٢) ينظر: المصدر نفسه: ١٣.

(٣) ينظر: العين، للخليل بن أحمد الفراهيدي، حققه د. مهدي المخزومي، و: د. إبراهيم السامرائي، وزارة الثقافة والإعلام/ بغداد لسنة ١٩٨٥م: ٨/ ٣٠٦-٣١٠.

لمفعول واحد[1]، والمعنى أن العين مالت عن مستوى نظرها حيرة لكثرة ما رأت من من العدد والعدة لكفار قريش في معركة بدر[2].

٢-رأي العقل:

وأيضا ورد هذا المعنى في قوله تعالى: ﴿ فَقَالَ ٱلْمَلَأُ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ مِن قَوْمِهِۦ مَا نَرَىٰكَ إِلَّا بَشَرًا مِّثْلَنَا وَمَا نَرَىٰكَ ٱتَّبَعَكَ إِلَّا ٱلَّذِينَ هُمْ أَرَاذِلُنَا بَادِىَ ٱلرَّأْىِ وَمَا نَرَىٰ لَكُمْ عَلَيْنَا مِن فَضْلٍۭ بَلْ نَظُنُّكُمْ كَٰذِبِينَ ﴿٢٧﴾ ﴾ [هود: ٢٧].

والرأي في قوله تعالى: (بادي الرأي)، يراد به الفكر والتأمل وهو رأي العقل، ومعنى (بادي الرأي) من لا يعلم من الحياة إلا ظاهرها ويتخذ مواقف على ظاهر الأمور من غير تفكر وتدبر وتعمق[3].

العام:

العام في اللغة يعني الشامل، وعكسه الخاص[4].

وورد في كتاب العين باب (العين والميم): عمَّ الشيء بالناس يَعُمُّ عمّاً فهو عامٌّ، إذا بلغ المواضع كلها، والعماعم الجماعات، والواحدة عمعمة... والعامَّة عِيدان يُضَمُّ بعضها إلى بعض في البحر ثم تركب، والعامة الشخص إذا بدا لك[5].

---

(١) ينظر: الجامع لأحكام القرآن (تفسير القرطبي)، لأبي عبد الله محمد بن أحمد شمس الدين القرطبي، (ت٦٧١هـ)، حققه أحمد البردوني وإبراهيم اطفيش، دار الكتب المصرية-القاهرة، ط/ ٢ لسنة ١٩٦٤م: ٤/ ٢٥.

(٢) ينظر: تفسير روح البيان، لإسماعيل حقي بن مصطفى الإستانبولي الحنفي الخلوتي، دار إحياء التراث، بدون تاريخ وطبعة: ٧/ ١١٢.

(٣) ينظر:روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني، لشهاب الدين محمود بن عبدالله الحسيني الآلوسي، حققه علي عبدالباري عطية، دار الكتب العلمية-بيروت، (بدون طبعة) لسنة ١٤١٥هـ: ٦/ ٢٣٧.

(٤) المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، بدون دار طبع وتاريخ: ٨٦٩.

(٥) ينظر: ١/ ٩٤-٩٥.

الرأي العام في اصطلاح علماء السياسة والإعلام:

وردت عدة تعريفات لمصطلح الرأي العام عند علماء السياسة والإعلام، منها:

عرّفه الدكتور أحمد أبو زيد: ((وجهة نظر أو رأي أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه أو يحجبه رأي آخر، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة؛ وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة))[١].

عرّفه الدكتور محمد منير حجاب: ((هو رأي ذو تأثير معين انتهت إليه أغلبية جماعة معينة في وقت محدد تجاه مسألة تتعلق باهتماماتها، بعد مناقشة وحوار مستفيضين))[٢].

تعريف الرأي العام في الاصطلاح الإسلامي:

من خلال التعريفات الكثيرة التي قدمها الباحثون والخبراء لمفهوم الرأي العام، نتجت تعريفات للرأي العام الإسلامي أخذت في الاعتبار ما حققته الدراسات العلمية الحديثة في حقل الدراسات النفسية والسياسية والإعلامية؛ واستلهمت منهج الرسول ﷺ في هذا الصدد بعدما اتضح للباحثين أن نظام الشورى هو الوعاء الذي شكله الإسلام ليصوغ من خلاله المفهوم الإسلامي للرأي العام، ولعل أبرز هذه التعريفات هي:

١-محيي الدين عبد الحليم: ((إن الرأي العام في الإسلام يشير إلى اتجاهات جماهير المسلمين نحو قضية تهم هذه الجماهير في وقت ومجتمع معين، بعد مشاورة وحوار ونقاش يحكمه كتاب الله وسنة رسوله))[٣].

---

(١) الرأي العام، للدكتور نزار مهيوب، الأكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير، ط/ ٢ لسنة ٢٠٠٩م: ١٣.

(٢) أساسيات الرأي العام: ٢٤.

(٣) الرأي العام في الإسلام رؤية عصرية، لمحمد محيي الدين عبد الحليم، دار الفكر العربي-القاهرة، ط/ ٣، لسنة ٢٠٠٨م: ٧٥.

٢-تعريف د. حميدة سميسم: ((هو الرأي السائد الذي ينبع من الأفراد وغايته الجماعة (الجماهير)، بعد السؤال والاستفهام والنقاش؛ تعبيراً عن الإرادة والوعي تجاه أمر ما في وقت معين، ويشترط موافقته للشريعة والسير في حدودها، من أجل تنظيم العلاقة بين الحاكم والمحكوم، وترتبط اتجاهاته بالولاء القومي والوطني والديني لأفراد الأمة))[١].

تعريف الباحث للرأي العام تأسيساً على ما سبق:

ومن خلال ما سبق من التعريفات للرأي العام في اصطلاح السياسة والإعلام، وفي الاصطلاح الإسلامي؛ وبعد تتبع منهج النبي ﷺ في هذا الجانب يمكن للباحث أن يخلص إلى التعريف الآتي:

الرأي العام: هو الرأي المنضبط السائد بين جماهير المسلمين، والذي ينبع من بعض الأفراد الذين يتصفون بصفات خاصة، نحو قضية تهم هذه الجماهير في وقت ومجتمع معين، بعد مشاورة وحوار ونقاش يوافق الشريعة ويسير في حدودها.

وقد حوى هذا التعريف العناصر الضرورية التي تكون مفهوم الرأي العام المسلم وهي:

الرأي المنضبط: وهو الرأي الخاضع لضوابط معينة، تجعل منه رأياً سليماً.

الرأي السائد: وهو رأي الأكثرية في أي تجمع كان، سواء في المجتمع أو في مؤسسة سياسية تنظيمية[٢].

الجماهير: ويشترط هنا أن تكون جماعة من المسلمين.

---

(١) نظرية الرأي العام: ٣٤٧.

(٢) ينظر: معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، للدكتور طه أحمد الزيدي، دار الفجر ودار النفائس، ط/١، لسنة ٢٠١٠م:١٣٠.

الأفراد: وهم الذين ينبع الرأي منهم من البداية، وقد تختلف آراؤهم عن آراء الأغلبية، إلا أنهم يتمكنون من إقناع الأغلبية برأيهم ومن ثم تتبناه الأغلبية، ويتمتع هؤلاء الأشخاص بصفات خاصة.

القضية: وهي التي تشغل بال الجماهير،وتخضع للمشاروة والمناقشة والحوار.

الوقت: وهو مهم جداً لأن الرأي العام يتشكل في فترة زمنية تنتهي بانتهاء الموضوع المطروح للنقاش.

الشريعة:ومصادرها القرآن والسنة والتي يعمل الرأي من خلالهما ولا يخرج عنهما.

ثانياً: السنة النبوية:

السنة لغة:

تشير معاجم اللغة إلى استخدامات متعددة لكلمة (السّنة)، اذ تأتي بمعنى الطريقة حسنةً كانت أو قبيحة، وتطلق ويراد بها العادة المستمرة أو السيرة، والسّنة في الأصل سنة الطريق، أي: نهجه، وسنَّةُ الطريقِ، وهو طريق سنه أوائل الناس فصار مسلكًا لمن بعدهم[١].

السنة اصطلاحاً:

هناك تعريفات كثيرة للسنة النبوية لن أعرضها كلها، ولكني سأختار منها التعريف في اصطلاح المحدثين وهي: ((كل ما أضيف إلى النبي - ﷺ - من قول أو فعل أو تقرير، والسنة بهذا مرادفة للحديث النبوي))[٢].

---

(١) ينظر: لسان العرب: ١٣/ ٢٢٥.

(٢) ينظر: توجيه النظر إلى أصول الأثر، لطاهر الجزائري الدمشقي، حققه عبد الفتاح أبو غدة، مكتبة المطبوعات الإسلامية-حلب، ط/ ١ لسنة ١٩٩٥م: ١/ ٤٠.

ثالثاً: الدراسة الموضوعية:

وضع تعريفها الدكتور رمضان إسحاق الزيان: ((هو علم يبحث في الموضوعات التي تناولتها السنة النبوية الشريفة، والمتحدة معنى أو غاية، من خلال جمع أحاديث الموضوع من مصدر حديثي أصلي، أو عدة مصادر، أو في ضوء السنة النبوية، بحيث يقوم الباحث بتحليل النصوص الحديثية المقبولة ومقارنتها ونقدها ثم محاولة ربطها للوصول إلى روح النص النبوي من أجل تطبيقه في الواقع المعاصر))[١].

ويلاحظ من التعريف ما يأتي:

يبحث هذا العلم في الموضوعات التي تناولتها السّنة النبوية الشريفة فقط دون غيرها، فيخرج من نطاق الدراسة الموضوعية أي موضوعات لم يتم تناولها في الأحاديث الشريفة.

الأصل في الدراسات الموضوعية الاعتماد على الأحاديث المقبولة الصحيح منها والحسن، ولا يقبل الضعيف الذي لا يحتج به.

تخاطب هذه الدراسات أناساً في زمن معين، وعليه يجب مخاطبة الناس على قدر عقولهم من حيث الفكرة والأسلوب بل الطريقة التي تجعلهم يطبقون السنة في عصرهم في أقرب ما يكون من الفهم النبوي الشريف[٢].

---

(١) الحديث الموضوعي دراسة نظرية، للدكتور رمضان إسحاق الزيان، بحث منشور في مجلة الجامعة الإسلامية، العدد الثاني لسنة ٢٠٠٢م، المجلد العاشر: ٢١٤.

(٢) المصدر نفسه: ٢١٤-٢١٥.

حرص النبي عليه الصلاة والسلام على استثمار ظاهرة الرأي العام في دعم مقاصد الإسلام، فعندما أراد الجهر بالدعوة قاس الرأي العام، وعمل على إيجاد وتنشئة الرأي العام المناصر لدعوته، وعمل على تصحيح اتجاهات الرأي العام الخاطئة، كما أنه عليه الصلاة والسلام حذر من تزييف الرأي العام وتضليله، وكما يأتي:

المطلب الأول: مراقبة الرأي العام وقياسه

تلجأ المؤسسات الدعوية إلى قياس الرأي العام لمعرفة مدى قربها وبعدها منه، ذلك أن تغيير الاتجاهات النفسية والاجتماعية للأفراد -والذي يعد الهدف الأساسي لكل دعوة- لا يمكن أن يتحقق إلا مع انتشار الرأي العام المؤيد للمؤسسة الدعوية، أو من يتولى مسؤولية الدعوة، وعلى قدر قبول الرأي العام لشخصية الداعية أو المؤسسة الدعوية، يأتي نجاح الدعوة[١].

ولم يغفل النبي ﷺ هذا الجانب في دعوته، بل كان استطلاع الرأي العام وقياسه أول عمل له عندما جاءه الأمر بالجهر بالدعوة، فقد ورد في الحديث الذي أخرجه البخاري عن ابن عباس رَضِيَ الله عَنْهُمَا، قال: «لَمَّا نَزَلَتْ (وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الأَقْرَبِينَ) صَعِدَ النَّبِيُّ ﷺ عَلَى الصَّفَا، فَجَعَلَ يُنَادِي: يَا بَنِي فِهْرٍ، يَا بَنِي عَدِيٍّ، لِبُطُونِ قُرَيْشٍ، حَتَّى اجْتَمَعُوا فَجَعَلَ الرَّجُلُ إِذَا لَمْ يَسْتَطِعْ أن يَخْرُجَ أَرْسَلَ رَسُولاً لِيَنْظُرَ مَا هُوَ، فَجَاءَ أَبُو لَهَبٍ وَقُرَيْشٌ، فَقَالَ: أَرَأَيْتَكُمْ لَوْ أَخْبَرْتُكُمْ أن خَيْلاً بِالْوَادِي تُرِيدُ أن تُغِيرَ عَلَيْكُمْ أَكُنْتُمْ مُصَدِّقِيَّ؟ قَالُوا: نَعَمْ، مَا جَرَّبْنَا عَلَيْكَ إِلا صِدْقًا، قَالَ: فَإِنِّي نَذِيرٌ لَكُمْ بَيْنَ يَدَيْ عَذَابٍ شَدِيدٍ، فَقَالَ أَبُو لَهَبٍ: تَبًّا لَكَ

(١) ينظر: الرأي العام، للدكتور نزار مهيوب: ٧٩.

سَائِرَ الْيَوْمِ، أَلِهَذَا جَمَعْتَنَا، فَنَزَلَتْ (تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ مَا أَغْنَى عَنْهُ مَالُهُ وَمَا كَسَبَ)»[1].

صعد النبي ﷺ على جبل الصفا، وبدأ بالنداء على قبائل قريش واحدة بعد الأخرى، فاجتمعوا عنده كلهم، حتى الذين لم يتمكنوا من الحضور أرسلوا من يمثلهم، وقبل الدخول في مضمون ما دعاهم لأجله أراد معرفة الرأي العام في شخصه، كما أنه أراد إلزام أصحاب الرأي برأيهم عند عرض الموضوع الذي جمعهم من أجله عليهم، فسألهم أنه لو أخبرهم أن عدواً وراء الوادي يريد اجتياحهم هل يصدقوه؟ فقالوا له: نعم، فدعاهم إلى الإسلام، وأنذرهم من عذاب شديد إن هم بقوا على شركهم، فأعرضوا وكان أولهم عمه[2].

وبهذا حلل النبي عليه الصلاة والسلام اتجاهات الرأي العام السائدة، ليعلم درجة تصديق الجمهور المستهدف لأخباره ومن ثم دعوته، مستخدماً طريقة الاستفتاء في قياسه للرأي العام، وقد سبق النبي عليه الصلاة والسلام العالم في طريقته هذه، إذ يعد الخبراء الرأي العام أن هذه الطريقة بدأت في الولايات المتحدة بهدف الوقوف على اتجاهات الناخبين عشية انتخابات الرئاسة[3].

---

(١) صحيح البخاري: ٤/ ١٧٨٧ كتاب تفسير القرآن/ باب وأنذر عشيرتك الأقربين واخفض جناحك، بالرقم (٤٤٩٢)، من طريق عمرو بن مرة (ابن طارق المرادي)، عن سعيد بن جبير (ابن هشام الأسدي)، عن ابن عباس.

(٢) ينظر: فتح الباري: ٦/ ٥٥٢.

(٣) ينظر: الرأي العام، للدكتور نزار مهيوب: ٨٧.

المطلب الثاني: تنشئة وصناعة الرأي العام

أولاً: صناعة الرأي العام الداخلي:

حرص النبي عليه الصلاة والسلام على تنشئة وإيجاد رأي عام سليم داخل مجتمعه، وإمداده بالقدرة على ذلك، من خلال عرض الحقائق الثابتة أمامه، وإمداده بالمعلومات الصحيحة التي تساعده على تكوين رأي عام صائب، من ذلك ما أخرجه البخاري، عن أبي بكرة رضي الله عنه، قال: ((خَطَبَنَا النَّبِيُّ ﷺ يَوْمَ النَّحْرِ: قَالَ:... فَإِنَّ دِمَاءَكُمْ وَأَمْوَالَكُمْ عَلَيْكُمْ حَرَامٌ، كَحُرْمَةِ يَوْمِكُمْ هَذَا، فِي شَهْرِكُمْ هَذَا، فِي بَلَدِكُمْ هَذَا، إلى يَوْمِ تَلْقَوْنَ رَبَّكُمْ، أَلا هَلْ بَلَّغْتُ؟ قَالُوا: نَعَمْ، قَالَ: اللَّهُمَّ اشْهَدْ، فَلْيُبَلِّغْ الشَّاهِدُ الْغَائِبَ، فَرُبَّ مُبَلَّغٍ أَوْعَى[1] مِنْ سَامِعٍ))[2].

وجه النبي ﷺ خطابه للناس يوم النحر، وهي مناسبة اجتمع فيها آلاف المسلمين، فاستثمر عليه الصلاة والسلام هذه الفرصة ليعرض عليهم بعض الثوابت، فأكد على حرمة الدم المسلم، وحرمة أموال المسلمين، وقرنها بحرمة الشهر الحرام والبلد الحرام، كون العرب يعظمون الأشهر الحرم والبلد الحرام قبل الإسلام، ولم يكتفِ بذلك بل أمر الحضور تبليغ ما سمعوا من كلام إلى غيرهم ممن لم يحضروا، لتكون الحقائق بيّنة للجميع، ولتتشكل بعد ذلك آراء الناس بناءً على هذه الحقائق[3].

إن عملية صناعة الرأي العام عملية ليست بالهينة، إذ تتدخل فيها كل الممارسات الاجتماعية والثقافية القادرة على التأثير في الشرائح الاجتماعية على اختلافها واختلاف أوضاعها ومصالحها، فهي تعمل على عزل الموقف النقيض للرأي المراد تكوينه.

---

(١) الواعي: الحافِظُ الكَيِّسُ الفَقِيه. (لسان العرب: ١٥/ ٣٩٦).

(٢) صحيح البخاري: ٢/ ٦٢٠ كتاب الحج/ باب الخطبة أيام منى، من الحديث المرقم (١٦٥٤)، من طريق محمد بن سيرين، قال: أخبرني عبد الرحمن بن أبي بكرة، عن أبي بكرة.

(٣) ينظر: فتح الباري: ٣/ ٥٧٥.

ثانياً: صناعة الرأي العام العالمي:

عمل النبي ﷺ على تنشئة وصناعة الرأي العام داخل المجتمع الإسلامي وخارجه، فمن الأيام الأولى للدعوة عمل عليه الصلاة والسلام على كسب الرأي العام العالمي لقضية الإسلام، وذلك عن طريق الهجرة إلى الحبشة ونوعية السفراء الذين اختارهم لهذه المهمة، فقد أرسل عليه الصلاة والسلام ابن عمه جعفر بن أبي طالب ومعه من الصحابة من مختلف الطبقات الاجتماعية، لتتشكل صورة لدى ملك الحبشة مفادها أن دين الإسلام دخل فيه الأقوياء والضعفاء، الأحرار والعبيد، الرجال والنساء، أشراف الناس وعامتهم.

كما أن زعماء قريش لم يغفلوا هذا الموضوع، وعلموا مدى تأثير الرأي العام العالمي على سمعتهم، فسارعوا لإرسال وفدهم المكوّن من عبد الله بن أبي ربيعة المخزومي، وعمرو بن العاص بن وائل السهمي، وأرسلوا معهما الهدايا للنجاشي ملك الحبشة وأتباعه ليسلموا إليهم المهاجرين إلى أرض الحبشة، ويمنعوا تشكيل رأي عام يؤثر عليهم، وذلك بتشويه الحقائق وعرضها على الملك، وقد روت لنا أم سلمة رضي الله عنها مجريات الاجتماع الذي ضم المهاجرين من الصحابة وملك الحبشة وسفراء قريش، في الحديث الذي أخرجه الإمام أحمد، عنها، قالت: ((...وَقَدْ دَعَا النَّجَاشِيُّ أَسَاقِفَتَهُ[1]، فَنَشَرُوا مَصَاحِفَهُمْ حَوْلَهُ، سَأَلَهُمْ فَقَالَ: مَا هَذَا الدِّينُ الَّذِي فَارَقْتُمْ فِيهِ قَوْمَكُمْ، وَلَمْ تَدْخُلُوا فِي دِينِي وَلا فِي دِينِ أَحَدٍ مِنْ هَذِهِ الأُمَمِ؟ قَالَتْ: فَكَانَ الَّذِي كَلَّمَهُ جَعْفَرُ بْنُ أَبِي طَالِبٍ، فَقَالَ لَهُ: أَيُّهَا الْمَلِكُ، كُنَّا قَوْمًا أَهْلَ جَاهِلِيَّةٍ نَعْبُدُ الأَصْنَامَ، وَنَأْكُلُ الْمَيْتَةَ وَنَأْتِي الْفَوَاحِشَ، وَنَقْطَعُ الأَرْحَامَ، وَنُسِيءُ الْجِوَارَ يَأْكُلُ الْقَوِيُّ مِنَّا الضَّعِيفَ، فَكُنَّا عَلَى ذَلِكَ حَتَّى بَعَثَ اللهُ إِلَيْنَا رَسُولاً مِنَّا نَعْرِفُ نَسَبَهُ،

(١) رؤوس النصارى، ومفردها أسقف، وهي درجة فوق القسيس ودون المطران، (ينظر: تاج العروس: ٢٣/٤٤٦).

وَصِدْقَهُ، وَأَمَانَتَهُ، وَعَفَافَهُ، فَدَعَانَا إلى اللهِ لِنُوَحِّدَهُ، وَنَعْبُدَهُ، وَنَخْلَعَ مَا كُنَّا نَعْبُدُ نَحْنُ وَآبَاؤُنَا مِنْ دُونِهِ مِنَ الحِجَارَةِ وَالأَوْثَانِ، وَأَمَرَنَا بِصِدْقِ الْحَدِيثِ، وَأَدَاءِ الأَمَانَةِ، وَصِلَةِ الرَّحِمِ، وَحُسْنِ الْجِوَارِ، وَالْكَفِّ عَنِ الْمَحَارِمِ، وَالدِّمَاءِ، وَنَهَانَا عَنِ الْفَوَاحِشِ، وَقَوْلِ الزُّورِ، وَأَكْلِ مَالَ الْيَتِيمِ، وَقَذْفِ الْمُحْصَنَةِ، وَأَمَرَنَا أن نَعْبُدَ اللهَ وَحْدَهُ لا نُشْرِكُ بِهِ شَيْئًا، وَأَمَرَنَا بِالصَّلاةِ، وَالزَّكَاةِ، وَالصِّيَامِ، قَالَ: فَعَدَّدَ عَلَيْهِ أُمُورَ الإسلام، فَصَدَّقْنَاهُ وَآمَنَّا بِهِ وَاتَّبَعْنَاهُ عَلَى مَا جَاءَ بِهِ، فَعَبَدْنَا اللهَ وَحْدَهُ، فَلَمْ نُشْرِكْ بِهِ شَيْئًا، وَحَرَّمْنَا مَا حَرَّمَ عَلَيْنَا، وَأَحْلَلْنَا مَا أَحَلَّ لَنَا، فَعَدَا عَلَيْنَا قَوْمُنَا، فَعَذَّبُونَا وَفَتَنُونَا عَنْ دِينِنَا لِيَرُدُّونَا إلى عِبَادَةِ الأَوْثَانِ مِنْ عِبَادَةِ اللهِ، وَأَنْ نَسْتَحِلَّ مَا كُنَّا نَسْتَحِلُّ مِنَ الخَبَائِثِ، فَلَمَّا قَهَرُونَا وَظَلَمُونَا، وَشَقُّوا عَلَيْنَا، وَحَالُوا بَيْنَنَا وَبَيْنَ دِينِنَا، خَرَجْنَا إلى بَلَدِكَ، وَاخْتَرْنَاكَ عَلَى مَنْ سِوَاكَ، وَرَغِبْنَا فِي جِوَارِكَ، وَرَجَوْنَا أن لا نُظْلَمَ عِنْدَكَ أَيُّهَا الْمَلِكُ، قَالَتْ: فَقَالَ لَهُ النَّجَاشِيُّ: هَلْ مَعَكَ مِمَّا جَاءَ بِهِ عَنِ اللهِ مِنْ شَيْءٍ؟ قَالَتْ: فَقَالَ لَهُ جَعْفَرٌ: نَعَمْ، فَقَالَ لَهُ النَّجَاشِيُّ: فَاقْرَأْهُ عَلَيَّ، فَقَرَأَ عَلَيْهِ صَدْرًا مِنْ (كهيعص)، قَالَتْ: فَبَكَى وَاللهِ النَّجَاشِيُّ حَتَّى أَخْضَلَ لِحْيَتَهُ، وَبَكَتْ أَسَاقِفَتُهُ حَتَّى أَخْضَلُوا مَصَاحِفَهُمْ حِينَ سَمِعُوا مَا تَلا عَلَيْهِمْ، ثُمَّ قَالَ النَّجَاشِيُّ: إن هَذَا وَالَّذِي جَاءَ بِهِ مُوسَى لَيَخْرُجُ مِنْ مِشْكَاةٍ وَاحِدَةٍ، انْطَلِقَا فَوَاللهِ لا أُسْلِمُهُمِ الَيْكُمِ أَبَدًا، وَلا أُكَادُ، ...))[1].

كان النجاشي ملكاً عادلاً، فلم تغره هدايا قريش وأراد أن يستمع إلى المسلمين، فتصدر الكلام جعفر رضي الله عنه، وعرض على النجاشي حالهم قبل الإسلام،

---

(١) مسند أحمد: ٣/ ٢٦٣-٢٦٨ مسند أهل البيت رضوان الله عليهم أجمعين/ حديث جعفر بن أبي طالب رضي الله عنه وهو حديث الهجرة، من حديث طويل بالرقم (١٧٤٠)، قال: حَدَّثَنَا يَعْقُوبُ (بن إبراهيم بن سعد الزهري)، حَدَّثَنَا أَبِي (إبراهيم بن سعد بن إبراهيم الزهري)، عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ إِسْحَاقَ، حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ مُسْلِمِ بْنِ عُبَيْدِ اللهِ بْنِ شِهَابٍ، عَنْ أَبِي بَكْرِ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ الْحَارِثِ بْنِ هِشَامٍ الْمَخْزُومِيِّ، عَنْ أُمِّ سَلَمَةَ ابْنَةِ أَبِي أُمَيَّةَ ابْنِ الْمُغِيرَةِ، زَوْجِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَتْ...
تخريج الحديث: انفرد به الإمام أحمد، قال شعيب الأرنؤوط معلقاً على الحديث: إسناده حسن.

وذكر له أعمال الجاهلية القبيحة، ثم بعد ذلك انتقل إلى ظهور النبي صلى الله عليهم وسلم فيهم، وبيّن له نسبه وأنه من أشرافهم، وبيّن له بعد ذلك فحوى دعوى الإسلام وأمرها بالأفعال الحسنة ونهيها عن الأفعال القبيحة، ثم انتقل بعد ذلك ليبين جور قريش وظلمهم على من آمن بهذا الدين، ومحاولتهم إرجاع أهله إلى الضلال، فكان القهر والظلم سبب لجوئهم إلى الحبشة، وعندما أنهى جعفر كلامه طلب الملك الاستماع إلى شيء من القرآن فاختار له جعفر الآيات الأولى من سورة مريم، وكان النجاشي على النصرانية فلما سمع القرآن بكى هو وأتباعه وتأكد له صدق رسالة النبي صلى الله عليه وسلم، ورفض طلب قريش تسليم المهاجرين لهم، ومنحهم حق اللجوء السياسي في بلاده، وبذلك كسب المسلمون الرأي العام في مملكة الحبشة.

اختيار نوعية السفراء جزء من صناعة الرأي العام:

حرص النبي ﷺ على اختيار نوعية معينة من السفراء لتحقيق الأهداف المرجوة من إرسالهم، فإقناع الرأي العام العالمي بعدالة قضية المسلمين وبيان موقف قريش منها، وإيجاد مناصرين للمسلمين، ليس بالأمر الهين، لذلك ضمت الهجرة إلى الحبشة سادات الصحابة في بداية الأمر، وتبعهم بعد ذلك أكثر الصحابة، وكان السفير فيهم جعفر بن أبي طالب رضي الله عنه، وهذا ما تفعله الدول الحديثة اليوم لشرح قضاياها وكسب الرأي العام إلى جوارها، وشكلت لذلك وزارة باسم الخارجية[١].

لقد امتازت شخصية جعفر رضي الله عنه بعدة أمور أهلته ليكون على رأس الوفد، فهو ابن عم النبي ﷺ وأعلم أعضاء الوفد به، ويتمتع بأعلى درجات

---

(١) ينظر: أضواء على الهجرة، لتوفيق محمد سبع، مطبعة الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، لسنة ١٩٧٣م: ٤٢٧.

الفصاحة في اللغة، فهو من بني هاشم قمة الفصاحة والأدب، والموضوع الذي أرسلوا من أجله بحاجة لفصيح بليغ يعرضه، كما أنه صاحب خلق طيب ومظهر جذاب(١).

إن الدول والهيئات التي تريد كسب الرأي العالم العالمي لنصرة قضاياها عليها أن تحسن اختيار بعثاتها الدبلوماسية ووفودها ومن يكون على رأس هذه البعثات والوفود، فلابد للسفير من أن يتمتع بالخلق الحسن والعلم والصبر والشجاعة واللغة الفصيحة والقدرة على شرح القضايا، بالإضافة إلى المظهر الجميل، ولنا في اختيار النبي ﷺ سفراءه أسوة حسنة.

مراعاة الرأي العام في الخطاب تحصل بها المكاسب السياسية:

إن من يتأمل رد جعفر رضي الله عنه على أسئلة الملك النجاشي، يجدها قمة في المهارة السياسية فقد عدَّد عيوب الجاهلية، وعرضها بصورة تنفر السامع، ليشوه صورة قريش في عين الملك، وركز على الصفات الذميمة التي لا تقتلع من المجتمع إلا بظهور نبي، ثم انتقل لعرض شخصية الرسول ﷺ في هذا المجتمع وكيف كان بعيدًا عن النقائص كلها، ومعروفًا بنسبه وصدقه وأمانته وعفافه، فهو المؤهل للرسالة، وانتقل بعدها إلى موضوع الدعوة فأبرز محاسن الإسلام وأخلاقه التي تتفق مع أخلاقيات دعوات الأنبياء، كنبذ عبادة الأوثان، وصدق الحديث، وأداء الأمانة، وصلة الرحم، وحسن الجوار، والكف عن المحارم والدماء، وإقام الصلاة، وإيتاء الزكاة، وكون النجاشي وبطارقته موغلين في النصرانية فهم يدركون أن هذه رسالات الأنبياء، التي بعثوا بها من لدن موسى، وعيسى عليهما الصلاة والسلام، ثم فضح بعد ذلك ما فعلته قريش بهم؛ لأنهم رفضوا عبادة الأوثان، وآمنوا بما نزل

---

(١) ينظر: السيرة النبوية للصلابي: ١/ ٣٥٨-٣٥٩.

على محمد ﷺ وتخلقوا بخلقه، وأخيراً أحسن الثناء على النجاشي بما هو أهله، بأنه لا يُظلم عنده أحد، وأنه يقيم العدل في قومه، وأنهم اختاروه من دون الناس، فرارًا من ظلم هؤلاء الذين يريدون تعذيبهم؛ وبهذه الخطوات البينة الواضحة استأثر بلب النجاشي وعقله، وكذلك استأثر بلب وعقل البطارقة، والقسيسين الحاضرين، وعندما طلب الملك النجاشي شيئًا مما نزل على محمد ﷺ جاء صدر سورة مريم في غاية الإحكام والروعة والتأثير، حتى بكى النجاشي، وأساقفته، وبللوا لحاهم ومصاحفهم من الدموع، واختيار جعفر لسورة مريم، يظهر بوضوح حكمة وذكاء السفير، فسورة مريم تتحدث عن مريم وعيسى عليهما السلام(١).

إن اختيار جعفر رضي الله عنه الموضوع، والزمن المناسب، ومراعاته في الخطاب الرأي العام في الحبشة، أدت إلى كسب تأييد الملك وجمهوره، وحصل وفد المسلمين على المكاسب السياسية المتوخاة من ذهابهم إلى الحبشة.

المطلب الثالث: تعديل اتجاهات الرأي العام

لم يقف النبي ﷺ في موضوع استثمار سلطة الرأي العام في دعم مقاصد الإسلام، عند صناعته وإيجاده فقط، ولكنه نظر إلى الرأي العام السائد، فعمل على تصحيحه وتغيير اتجاهاته إلى الوجهة الحق، متخذاً في ذلك أسلوبين:

الأول: أسلوب التكرار:

إن أسلوب التكرار من أنجح الأساليب لتغيير اتجاهات الرأي العام، وقد اعتمد النبي ﷺ هذا الأسلوب وسبق خبراء الرأي العام فيه، يدل على ذلك ما أخرجه

---

(١) ينظر: المصدر السابق: ١/ ٣٦٠-٣٦١.

البخاري، عن أنس رضي الله عنه، عن النبي ﷺ، ((أنه كَانَ إِذَا تَكَلَّمَ بِكَلِمَةٍ أَعَادَهَا ثَلاثًا حَتَّى تُفْهَمَ عَنْهُ، وَإِذَا أَتَى عَلَى قَوْمٍ فَسَلَّمَ عَلَيْهِمْ، سَلَّمَ عَلَيْهِمْ ثَلاثًا))(١).

لقد كان من عادة النبي صلى الله عليه وسلم، إعادة الكلام الذي يريد ترسيخه في الأذهان ثلاث مرات، ليتم بذلك الإدراك التام لكلامه، كما أنه عليه الصلاة والسلام إذا دخل على الجمع الكثير من الناس، سلم عليهم ثلاث مرات ليسمع كل الجالسين سلامه(٢).

وعن أبي بكرة رضي الله عنه، قال: ((قَالَ النَّبِيُّ ﷺ: أَلا أُنَبِّئُكُمْ بِأَكْبَرِ الْكَبَائِرِ ثَلاثًا، قَالُوا: بَلَى يَا رَسُولَ الله، قَالَ: الإِشْرَاكُ بِالله، وَعُقُوقُ الْوَالِدَيْنِ، وَجَلَسَ وَكَانَ مُتَّكِئًا، فَقَالَ: أَلا وَقَوْلُ الزُّورِ، قَالَ: فَمَا زَالَ يُكَرِّرُهَا حَتَّى قُلْنَا: لَيْتَهُ سَكَتَ))(٣).

وفي هذا الحديث دليل عملي على استخدام النبي ﷺ أسلوب التكرار لترسيخ الحقائق في الأذهان محذراً فيه من بعض الأعمال التي توعد الله فاعلها بالنار والعقاب، ألا وهي الكبائر، وقد كرر عنوان موضوع حديثه ثلاث مرات كعادته عليه الصلاة والسلام تأكيداً وتنبيهاً للسامع على إحضار قلبه وفهمه للخبر الذي يذكره، فذكر أول هذه الكبائر وهي الإشراك بالله عز وجل، ثم ذكر عقوق الوالدين، ثم غير جلسته عليه الصلاة والسلام ليبين لهم كبيرة أخرى ألا وهي قول الزور، حتى كررها عليهم كثيراً وهو منزعج منها، لسهولة وقوعها بين الناس وتهاونهم

---

(١) صحيح البخاري: ١/ ٤٨ كتاب العلم/ باب من أعاد الحديث ثلاثاً ليفهم عنه، بالرقم (٩٥)، من طريق عبد الله بن المثنى قال: حدثنا ثمامة بن عبد الله عن أنس.

(٢) ينظر: فتح الباري: ١/ ١٨٩، و ينظر: تحفة الأحوذي: ٧/ ٤٢٢.

(٣) متفق عليه. أخرجه البخاري في صحيحه: ٢/ ٩٣٩ كتاب الشهادات/ باب ما قيل في شهادة الزور، بالرقم (٢٥١١)، ومسلم في صحيحه: ١/ ٩١ كتاب الإيمان/ باب بيان الكبائر وأكبرها، بالرقم (٨٧)، كلاهما من طريق (سعد بن إياس) الجريري عن عبد الرحمن بن أبي بكرة (نفيع بن الحارث) عن أبيه (أبو بكرة).

بها مع ما تجلبه من مفاسد، حتى تمنى الصحابة سكوته إشفاقاً عليه ﷺ[1].

لقد أثبتت دراسات الاتصال، ودراسات علم النفس الحديثة أهمية التكرار في إقناع الناس بالآراء والأفكار المختلفة، كما أن تكرار الحقائق والمعلومات يعمل على تثبيتها في العقول، ومن الثابت في الدراسات الإعلامية أهمية أسلوب التكرار في تغيير الرأي العام، وتعديل اتجاهاته[2].

ومن الشواهد على استخدام أسلوب التكرار لتغيير اتجاهات الرأي العام في العصر الحديث ما استخدمته ألمانيا في إعلامها قبل الحرب العالمية الثانية، وما أدى إليه من نجاح، وقد وصف (غوبلز)، هذا الأسلوب قائلاً: "إن سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء، ولكن في التركيز على بعض الحقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مرارًا وتكراراً".

الثاني: أسلوب عرض الحقائق:

يعتمد هذا الأسلوب على عرض الحقائق على الجماهير، فالحقائق الناصعة أقوى أثراً وأبقى على الزمن من عرض الأكاذيب والشائعات، وهذا الأسلوب يعتمد على احترام عقلية الجماهير، وقد اعتمده عليه الصلاة والسلام في مواضع عدة لتصحيح اتجاه الرأي العام، ومن هذه المواضع اجتماع الناس بعد غزوة حنين، فعن عبد الله بن زيد بن عاصم، قال: ((لَمَّا أَفَاءَ الله عَلَى رَسُولِهِ ﷺ يَوْمَ حُنَيْنٍ، قَسَمَ فِي النَّاسِ فِي الْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَلَمْ يُعْطِ الأَنْصَارَ شَيْئًا، فَكَأَنَّهُمْ وَجَدُوا إِذْ لَمْ يُصِبْهُمْ مَا أَصَابَ النَّاسَ، فَخَطَبَهُمْ، فَقَالَ: يَا مَعْشَرَ الأَنْصَارِ، أَلَمْ أَجِدْكُمْ ضُلالاً فَهَدَاكُمْ الله بِي؟ وَكُنْتُمْ مُتَفَرِّقِينَ فَأَلَّفَكُمْ الله بِي؟ وَعَالَةً فَأَغْنَاكُمْ الله بِي؟ كُلَّمَا

---

(١) ينظر: فتح الباري: ١٠/ ٤٠٩-٤١٢.

(٢) ينظر: الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية، للدكتور محمد عبد القادر حاتم، مكتبة لبنان – بيروت، لسنة ١٩٧٣م: ١٦٢.

قَالَ شَيْئًا قَالُوا: اللهُ وَرَسُولُهُ أَمَنُّ، قَالَ: مَا يَمْنَعُكُمْ أن تُجِيبُوا رَسُولَ اللهِ ﷺ؟ قَالَ: كُلَّمَا قَالَ شَيْئًا قَالُوا: اللهُ وَرَسُولُهُ أَمَنُّ، قَالَ: لَوْ شِئْتُمْ قُلْتُمْ جِئْتَنَا كَذَا وَكَذَا، أَتَرْضَوْنَ أن يَذْهَبَ النَّاسُ بِالشَّاةِ وَالْبَعِيرِ وَتَذْهَبُونَ بِالنَّبِيِّ ﷺ إلى رِحَالِكُمْ؟ لَوْلا الْهِجْرَةُ لَكُنْتُ امْرَأً مِنْ الأَنْصَارِ، وَلَوْ سَلَكَ النَّاسُ وَادِيًا وَشِعْبًا لَسَلَكْتُ وَادِيَ الأَنْصَارِ وَشِعْبَهَا، الأَنْصَارُ شِعَارٌ وَالنَّاسُ دِثَارٌ، إِنَّكُمْ سَتَلْقَوْنَ بَعْدِي أُثْرَةً، فَاصْبِرُوا حَتَّى تَلْقَوْنِي عَلَى الْحَوْضِ))[1].

كان ذلك بعد غزوة حنين وإعطاء الغنائم للمؤلفة قلوبهم، وكان اتجاه الرأي العام لدى بعض الأنصار يشير إلى حالة من عدم الرضا على توزيع الغنائم، لذلك اتخذ النبي ﷺ أسلوب عرض الحقائق الكاملة لتغيير اتجاه الرأي العام، فكاشفهم بحقيقتهم قبل الإسلام، وبيّن لهم بأسلوب السؤال والجواب، أنهم كانوا غارقين بالذل والضلال والفقر، فأعزهم الله بالإسلام وهداهم وأغناهم، فأقروا ذلك بأنفسهم وصدقوا، كما عرض عليهم حقيقة حاله عليه الصلاة والسلام عندما هاجر إليهم، فقد كان طريداً خائفاً، فآووه وأمنوه، ليوجه الرأي العام إلى حقيقة مفادها أن وجوده عليه الصلاة والسلام مع الأنصار أكبر غنيمة، فغيرهم رجع بالغنائم المتكونة من الأغنام والأبقار، وهم رجعوا برسول الله ﷺ.

إن الرأي العام الذي يؤسسه الاتصال الفعال على أساس من المصارحة بالحقائق تأتي مواقفه ثابتة، ويكون تأييده لقيادته قوياً وثقته بها متينة، فأسلوب عرض الحقائق من أهم الأساليب الفعالة في تغيير الرأي العام[2].

---

(١) متفق عليه. أخرجه البخاري في صحيحه واللفظ له: ٤/ ١٥٧٤ كتاب المغازي/ باب غزوة الطائف، بالرقم (٤٠٧٥)، ومسلم في صحيحه: ٢/ ٧٣٨ بالرقم: كتاب الزكاة/ باب إعطاء المؤلفة قلوبهم على الإسلام وتصبر من قوى إيمانه، (١٠٦١)، كلاهما من طريق عمرو بن يحيى، عن عباد بن تميم، عن عبد الله بن زيد بن عاصم.

(٢) ينظر: مبادئ الإعلام الإسلامي، للدكتور منير حجاب، المطبعة العصرية – الإسكندرية، لسنة ١٩٨٢م: ٧١.

وبإمكان المسلمين اليوم تغيير اتجاهات الرأي العام الداخلي والعالمي لصالح قضاياهم، بعدما أنعم الله عليهم بوسائل الإعلام المختلفة من صحف ومواقع الكترونية، وإذاعات، وعلى رأس كل ذلك عشرات القنوات الفضائية، وما احتوته من برامج، وقد ترك لنا النبي ﷺ منهجاً فريداً لإدارة وسائل الإعلام هذه واستخدامها لخدمة الإسلام والمسلمين.

المطلب الرابع: التحذير من تضليل الرأي العام وخداعه

حارب الإسلام كل من يحاول خداع الرأي العام وغشه، ففي تضليل الرأي العام إهدار للطاقات، وتضييع للمصالح العليا، وإفساد للذوق العام، وقد أولى الإسلام الدقة في نقل الخبر والمعلومة عناية بالغة، فهي أهم ركائز بناء الرأي العام، كذلك حرم التضليل والخداع والغش، ففي الحديث الذي أخرجه مسلم، عن أبي هريرة رضي الله عنه، أن رسول الله ﷺ قال: ((مَنْ حَمَلَ عَلَيْنَا السِّلاحَ فَلَيْسَ مِنَّا، وَمَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا))[1].

لقد قرن النبي ﷺ بين حامل السلاح المحارب للمسلمين، وبين من تعمد غشهم بالفعل والقول، وجعلهم في منزلة واحدة فكلاهما لا يهتدي بهدي المسلمين، ولا يقتدي برسولهم ولا يعمل بعمله[2].

كما أنه عليه الصلاة والسلام، حذر من الذي يضلل الرأي العام عن غير قصد أيضاً، فقد أخرج الإمام مسلم، عن حفص بن عاصم قال: قَالَ رَسُولُ اللهِ ﷺ: ((كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أن يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ))[3].

---

(١) صحيح مسلم: ١/ ٩٩ كتاب الإيمان/ باب قول النبي صلى الله عليه وسلم من غشنا فليس منا، بالرقم (١٠١)، من طريق سهيل بن أبي صالح، عن أبيه (ذكوان)، عن أبي هريرة.

(٢) ينظر: شرح النووي على صحيح مسلم: ١/ ١١٥.

(٣) صحيح مسلم: ١/ ١٠ كتاب المقدمة/ باب النهي عن الحديث بكل ما سمع، بالرقم (٥)، من طريق شعبة (بن الحجاج بن الورد)، عن خبيب بن عبد الرحمن (الأنصاري الخزرجي)، عن حفص بن عاصم.

وفي هذا الحديث زجر لكل إنسان يتحدث وينشر كل ما سمع من أخبار، لأنه في العادة يسمع الأخبار الصادقة والكاذبة معاً، والحديث بجميع ما يسمع يقتضي أن يحدث بالأخبار الكاذبة أيضاً، حتى وإن لم يكن متعمداً الكذب فيها، وكذلك من كثر كلامه كثر خطؤه(١).

التثبت من نقل الأخبار:

تنتقل الأخبار داخل المجتمعات بسرعة كبيرة، ومع تطور وسائل الإعلام وتنوعها صارت الأخبار تنتشر انتشار النار في الهشيم، ومع ما في سرعة انتشار الأخبار من فوائد عظيمة، إلا أنها تعد في ذات الوقت آفة تضر المجتمعات، فليس كل ما ينقل صحيح، وقد يكون بعضه إشاعة، أو كذباً، أو مبالغة في نقل الخبر وتضخيمه، وغالباً ما يكون نقل الأخبار بحاجة ماسة إلى الدقة في النقل، وفهم للمراد، فضلاً عن احتمال تلفيق الخبر وافترائه لدوافع سياسية أو مناصرة اتجاه معين أو لبذر بذور الفرقة، وتأجيج نار الخلاف بين الناس، لذا أوجب الله عز وجل التثبت من الأخبار، حفاظاً على المصلحة العامة والخاصة، ومنعاً من إيقاع الفتنة، وزرع الفرقة، فقال الله تعالى: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمْ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوْمَۢا بِجَهَٰلَةٖ فَتُصْبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَٰدِمِينَ ٦ ﴾ [الحجرات: ٦].

وهذا أمر للمسلمين بالتثبت فيما يأتيهم من الأخبار، وبخاصة تلك التي تأتي من طريق الفاسقين المتهمين بصدقهم وإخلاصهم، فلا يستعجلوا في التصديق والحكم فيتهموا أناساً أبرياء من غير يقين، ويصيبوهم بالأذى فيصبحوا نادمين حينما تظهر براءتهم، وقد اختلفت الروايات في سبب نزول هذه الآية، كما أنها لم ترد في كتب الحديث المعتبرة بسند مقبول، ولكن على أي حال فسياق الآية يبين

---

(١) ينظر: شرح النووي على صحيح مسلم: ١/ ٧٣-٧٥.

أنها نزلت في حادث ما، أخبر به مخبر غير موثوق به، لو صدّقه النبي ﷺ والمسلمون لترتب عليه ظلم أناس أبرياء، والآية تحتوي بطبيعة الحال تعليماً وتأديباً عامين مستمري التلقين والشمول وذوي خطورة عظيمة أخلاقية واجتماعية لا تخفى، لأن التثبت يكون أوجب وأوكد في الظروف التي لا يكون فيها نبي مشمول برعاية الله تعالى وتسديده وإلهامه ووحيه، وذو نفوذ روحي عظيم على أتباعه[1].

إن تصديق الأخبار الواردة دون تثبت يفتك بالمجتمع، وقد يحدث انتشار بعض الأخبار اضطراباً في الرأي العام، قد يجر البلاد إلى قطع علاقات سياسية أو يدخلها في حروب، ثم يتبين بعد ذلك كذب الخبر وبطلانه، ويتبين أن المقصود منه تضليل الرأي العام وخداعه.

وعلى هذا النحو يكون لأي خبر مهما كان وزنه دور في صياغة وتشكيل الرأي العام ومتى كان هذا الخبر صحيحاً صادقاً يكون الرأي العام على أساس سليم، وإذا كان كاذباً ومغرضاً تشكل رأي عام خاطئ.

وهذا ما يفسر لنا محاربة الإسلام الغش وعدم الدقة في الأخبار، ومحاربة الشائعات التي تقوم على نقل خبر كاذب لا أساس له من الصحة، أو تُضخم من أمر وتجعله يبدو في صورة غير حقيقية، فالشائعات تؤدي إلى التشكيك والبلبلة وتوقع الجماهير في حيرة شديدة وتؤدي إلى الفرقة والصراع الداخلي، وأول المعنيين بذلك وسائل الإعلام التي تمتلك القدرة على تكوين رأي عام معين من خلال ما تبثه للناس من أخبار.

وقد وجه الله عز وجل الرأي العام عندما يستشعر الإشاعة ألا يساهم في نشرها

---

(١) التفسير الحديث، لمحمد عزت دروزة، دار إحياء الكتب العربية – القاهرة – ودار الغرب الإسلامي – دمشق – لسنة ١٣٨٣هـ: ٨/ ٥٠٠-٥٠٢.

وترديدها، ولكن عليه أن يعرضها على المسؤولين والمختصين، إذ قال: ﴿ وَإِذَا جَآءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ ٱلْأَمْنِ أَوِ ٱلْخَوْفِ أَذَاعُوا۟ بِهِۦ ۖ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى ٱلرَّسُولِ وَإِلَىٰٓ أُو۟لِى ٱلْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ ٱلَّذِينَ يَسْتَنۢبِطُونَهُۥ مِنْهُمْ ۗ وَلَوْلَا فَضْلُ ٱللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُۥ لَٱتَّبَعْتُمُ ٱلشَّيْطَٰنَ إِلَّا قَلِيلًا ﴿٨٣﴾ ﴾ [النساء: ٨٣]، وهكذا يوقظ الإسلام إحساس الرأي العام ويشعره بالمسؤولية لإدراك خطورة الشائعة التي توقعه في الحيرة.

الخاتمة

وفي الختام نصل إلى أهم النتائج التي توصل إليها البحث الحالي في ضوء أهدافه، ثم نصل بعدها إلى أهم التوصيات، وقد جاءت النتائج موافقة لما اعتقده الباحث من أن عطاء السنة النبوية والهدي النبوي الشريف غير محدود، إذ اتضح بعد البحث والتتبع استثمار النبي عليه الصلاة والسلام لظاهرة الرأي العام، ومن خلال البحث يجد الباحث ما يأتي:

أولاً: النتائج:

١-عمل النبي عليه الصلاة والسلام على استثمار الرأي العام طيلة حياته، من خلال النظر فيه وتدبره، والأخذ به في كثير من الأحيان، وإيلائه الأهمية البالغة، واستثماره لتحقيق مقاصد الإسلام، فكان يراقب الرأي العام ويعمل على قياسه، وصناعته مناصرة للدين في الداخل والخارج، كما عمل على تعديل اتجاهات الرأي العام السائد وكان له في ذلك أساليب، كذلك حذر من خداع الرأي العام وتضليله.

٢-اتخذ النبي ﷺ من سلطة الرأي العام محوراً للممارسة السياسية، فهو ينظر إلى الرأي العام على أنه قوة حقيقة تسخر لصالح المجتمع.

٣-كان استطلاع الرأي العام وقياسه أول عمل له عندما جاءه الأمر بالجهر بالدعوة.

٤-حرص النبي عليه الصلاة والسلام على تنشئة وإيجاد رأي عام سليم داخلي وخارجي، وأمده بالقدرة على ذلك، من خلال عرض الحقائق الثابتة أمامه، وإمداده بالمعلومات الصحيحة التي تساعده على تكوين رأي عام صائب.

٥-نظر النبي ﷺ إلى الرأي العام السائد، فعمل على تصحيحه وتغيير اتجاهاته إلى الوجهة الحق.

٦-حارب الإسلام كل من يحاول خداع الرأي العام وغشه.

ثانياً: التوصيات:

١-نصح الحكام وأصحاب القرار والاهتمام بالرأي العام واستثماره لخدمة الدين ومراعاته وتدبره، واعتمادهم في ذلك على مجموعة من الخبراء والمستشارين وأصحاب الرأي المخلصين في مختلف الاختصاصات، فهم الذين يشكلون الرأي العام.

٢-حث الحكام وصناع القرار على توفير البيئة السياسية والاقتصادية المناسبة لإبداء الرأي.

٣-حث المجتمع على إبداء الرأي لتتحقق وظائفه خدمة للمجتمع والحاكم.

٤-حث أصحاب الفكر والرأي السديد على تشكيل جماعات للضغط سعياً لتحقيق مصالح المسلمين داخل أوطانهم وخارجها.

٥-التحرك السياسي لصناعة الرأي العام الداخلي والخارجي المناصر لقضايا الأمة، وتعديل اتجاهات الرأي العام السائد، والتأكيد على حسن اختيار من يؤدي هذه المهمة.

٦-حث القائمين على وسائل الإعلام المختلفة والتأسي بمنهج النبي ﷺ في التعامل مع موضوع الرأي العام.

والحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات، وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

ثبت المصادر والمراجع

١- القرآن الكريم.

٢- أساسيات الرأي العام، للأستاذ الدكتور محمد منير حجاب، دار الفجر للنشر والتوزيع-القاهرة، ط/ ٣ لسنة ٢٠٠٧م.

٣- أضواء على الهجرة، لتوفيق محمد سبع، مطبعة الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، لسنة ١٩٧٣م

٤- تاج العروس من جواهر القاموس، لمحمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني الملقب بالزبيدي، حققه مجموعة من المحققين، دار الهداية.

٥- تحفة الأحوذي بشرح جامع الترمذي، لمحمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم المباركفوري أبو العلا، دار الكتب العلمية – بيروت.

٦- التفسير الحديث، لمحمد عزت دروزة، دار إحياء الكتب العربية – القاهرة – ودار الغرب الإسلامى – دمشق – لسنة ١٣٨٣هـ.

٧- التفسير الوسيط، للدكتور وهبة الزحيلى، دار الفكر – دمشق، ط/ ١ لسنة ١٤٢٢هـ

٨- تفسير روح البيان، لإسماعيل حقي بن مصطفى الإستانبولي الحنفي الخلوتي، دار إحياء التراث، بدون تاريخ وطبعة.

٩- تقريب التهذيب، لابن حجر العسقلاني، حققه محمد عوَّامة، دار الرشيد – حلب، ط/ ١ لسنة ١٤٠٦هـ.

١٠- تهذيب الكمال: ليوسف بن الزكي عبد الرحمن أبو الحجاج المزي ـ توفي سنة ٧٤٢هـ، حققه د. بشار عواد معروف، مؤسسة الرسالة – بيروت، ط/ ١ لسنة ١٩٨٠م.

١١- توجيه النظر إلى أصول الأثر، لطاهر الجزائري الدمشقي، حققه عبد الفتاح أبو غدة، مكتبة المطبوعات الإسلامية-حلب، ط/ ١ لسنة ١٩٩٥م.

١٢- الجامع لأحكام القرآن (تفسير القرطبي)، لأبي عبد الله محمد بن أحمد شمس الدين القرطبي، (ت٦٧١هـ)، حققه أحمد البردوني وإبراهيم اطفيش، دار الكتب المصرية-القاهرة، ط/ ٢ لسنة ١٩٦٤م.

١٣- حوار شخصي مع محمد منير حجاب على موقع مدونة شباب المستقبل على شبكة الانترنت: http://news4ever.maktoobblog.com.

١٤- الرأي العام في الإسلام رؤية عصرية، لمحمد محيي الدين عبد الحليم، دار الفكر العربي-القاهرة، ط/ ٣، لسنة ٢٠٠٨م.

١٥- الرأي العام في الإسلام، لمحمد عبد الرؤوف بهنسي، مؤسسة الخليج العربي-القاهرة، ط/ ٢ لسنة١٩٨٧م.

١٦- الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية، للدكتور محمد عبد القادر حاتم، مكتبة لبنان – بيروت، لسنة ١٩٧٣م.

١٧- الرأي العام وقفة تأصيلية، ليونس زكور، مقال علمي منشور على موقع دنيا الوطن على شبكة الانترنت: http://pulpit.alwatanvoice.com.

١٨- الرأي العام، للدكتور نزار مهيوب، الأكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير، ط/ ٢

١٩- روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني، لشهاب الدين محمود بن عبد الله الحسيني الآلوسي، حققه علي عبد الباري عطية، دار الكتب العلمية-بيروت، (بدون طبعة) لسنة ١٤١٥هـ.

٢٠- السيرة الذاتية للدكتور محيي الدين عبد الحليم، منشورة على موقعه الالكتروني على شبكة الانترنت: http://mohie-eldeen.all-up.com/montada-f6/topic-t1.htm.

٢١- السيرة الذاتية والأكاديمية للأستاذ الدكتور أحمد أبو زيد، كتبها فرغلي هارون، على موقع منتدى طلبة الدراسات العليا في العلوم الاجتماعية على شبكة الانترنت: -http://social.subject line.com/montada-f39/topic-t507.htm.

٢٢- السيرة الذاتية والعلمية للدكتورة حميدة سميسم، منشورة على موقع جامعة الشرق الأوسط الأردنية على شبكة الانترنت: http://www.meu.edu.jo.

٢٣- السيرة النبوية عرض وقائع وتحليل أحداث، للدكتور علي محمد محمد الصلابي، دار ابن كثير، دمشق – بيروت، لسنة ٢٠٠٤م.

٢٤- شرح النووي على صحيح مسلم، لأبي زكريا يحيى بن شرف بن مري النووي، ط/ ٢ لسنة ١٣٩٢هـ، دار إحياء التراث العربي – بيروت.

٢٥- صحيح البخاري، للإمام محمد بن إسماعيل البخاري، توفي ٢٥٦هـ، حققه مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، اليمامة – بيروت، ط/ ٣ لسنة ١٩٨٧م.

٢٦- صحيح مسلم، لأبي الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، توفي سنة ٢٦١هـ، حققه محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي – بيروت.

٢٧- العين، للخليل بن أحمد الفراهيدي، حققه د. مهدي المخزومي، و: د. إبراهيم السامرائي، وزارة الثقافة والإعلام/ بغداد لسنة ١٩٨٥م.

٢٨- فتح الباري شرح صحيح البخاري، لأحمد بن علي بن حجر، دار المعرفة – بيروت، لسنة ١٣٧٩هـ.

٢٩- الكاشف في معرفة من له رواية في الكتب الستة، حققه محمد عوامة أحمد محمد نمر الخطيب، الإمام شمس الدين أبي عبد الله محمد بن أحمد بن الذهبي، توفي سنة ٧٤٨هـ، دار القبلة للثقافة الإسلامية ـ مؤسسة علوم القرآن جدة.

٣٠- لسان العرب، لمحمد بن مكرم بن منظور الإفريقي المصري، ط/ ١، بدون تاريخ، دار صادر- بيروت.

٣١- مبادئ الإعلام الإسلامي، للدكتور منير حجاب، المطبعة العصرية - الإسكندرية، لسنة ١٩٨٢م.
٣٢- مسند أحمد، لأبي عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل الشيباني توفي سنة ٢٤١هـ، حققه شعيب الأرنؤوط وعادل مرشد، مؤسسة الرسالة، ط/ ١ لسنة ٢٠٠١م.
٣٣- المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، بدون دار طبع وتاريخ.
٣٤- معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، للدكتور طه أحمد الزيدي، دار الفجر ودار النفائس، ط/ ١، لسنة ٢٠١٠م.
٣٥- ميخائيل باكونين، الموسوعة الحرة ويكابيديا، http://ar.wikipedia.org.
٣٦- نظرية الرأي العام، للدكتورة حميدة سميسم، الدار الثقافية للنشر، (بدون رقم وتاريخ طبعة).

أثر الفضائيات في تزييف الوعي
وتغيير المنظومة القيمية للمتلقي العربي

د. علاء الدين أحمد خليفة

كلية الإعلام - الجامعة الإسلامية

مقدمة

انفردت الفضائيات العربية في نشر المبادئ والتوجيهات التي تشجع على الثقافة الاستهلاكية لنمط الحياة الاستهلاكية، والتي تؤثر على أنماط سلوك وأخلاقيات الشباب المراهق، وتزيد من همومه ومعاناته لتبعده عن تحقيق رسالته الحضارية وأدائها في التعمق لثقافته القومية التي تتناسب مع مشاريع التنمية الوطنية الشاملة التي تسهل الاتصال والتعبير وتعددية الآراء في محاربة تدفق الغزو الثقافي والاجتماعي المعادي.

يتأثر المجتمع الجماهيري العربي اليوم بالظواهر المميزة لمراحل الإنتاج الرأسمالي بنقل المضامين الإمبريالية، ونشرها بين أفراد عائلته ومجتمعه بدون أن يعي مضرتها وتخريبها لعاداته وأخلاقه وسلوكه الإيماني والتربوي؛ لمشاهدته المستمرة لبث الأقنية الفضائية العربية التي تبث أنماطاً سلوكية جاهزة للتغير الاجتماعي والتفاعل معها بأسلوب مرن، وقد يؤدي إلى خطر كبير على الثقافة المحلية والوطنية، وخصوصاً في حدود المجتمعات النامية حيث يحدث الاضطراب بين الإنتاج المحلي والتأقلم مع الظواهر النمطية السائدة.

مشكلة البحث:

يتطرق البحث إلى الغزو الثقافي والاجتماعي المعادي للتوجهات الإسلامية على الجمهور العربي، لاسيما بعد ظهور الثورة الرقمية التي زادت من ظهور الأجهزة الإعلامية السمعية والمرئية، ووسائل الاتصال المتعددة، وأجهزة تقنيات الإنترنت، وتفوق عمليات المؤثرات الصورية، بحيث حولت علاقة الجمهور الواسع إلى التمسك بوسائل الإعلام المرئية على شكل نسق حواري متفاعل بينهم حرمهم من تدفق المضامين الإعلامية المفيدة في توجيه الثقافة والتربية الأخلاقية الإسلامية، وتبني قيم ومبادئ سائدة في مجتمعات تحمل ثقافات هجينة تؤثر على سلوكياتهم وأخلاقياتهم وأذواقهم، تحمل عوامل موضوعية في التربية والتاريخ والاقتصاد، على شكل أنماط غريبة في مستوى الإنتاج، واقتناء الملابس، وتقليد المناسبات، وإيقاف منطلقات الثقافة العربية الإسلامية عند تدفق التيار المعادي البديل للقيم الإسلامية الأصيلة.

وهنا يكشف هذا البحث كل تلك الممارسات وآليات العمل التي تقوم على هذا الغزو والاستنتاجات وتوصيات مهمة وقيمة.

منهج البحث:

اقتضت الدراسة اعتماد الباحث على منهج البحث الوصفي، ووظيفة المنهج الوصفي تقوم على وصف الظاهرة التي يدرسها المنهج المذكور من خلال جمع المعلومات عنها ووصفها بدقة، فالدراسات الوصفية تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام ومنهج البحث الوصفي يعتمد في معلوماته على الواقع المعيش نفسه، أي وصف الظواهر وتتبع علاقتها بالاعتماد على الظاهرة ذاتها، وفي الدراسات الإعلامية تهتم

الدراسات الوصفية في معظم إجراءاتها المنهجية بعملية جمع البيانات وتسجيلها، لذا يعد المنهج الوصفي أداة مهمة في دراسة تحليل المضمون لأية رسالة إعلامية، ويعتمد في ذلك على ملاحظة ووصف مادة الاتصال.

أولاً: القنوات الفضائية العربية والإسلامية ومنظومة القيم:

يساهم الإعلام مساهمة أساسية في تشكيل القيم والعادات والاتجاهات وأنماط السلوك في المجتمع، ومن البديهي أن إحداث تغييرات جوهرية في هذه الجوانب يخدم أهداف العولمة، وقد ساهمت الفضائيات بشكل خطير وسريع في التأثير في مجتمعاتنا وفي كل الصعد (للتطور التقني الهائل والتنوع والأطر الجذابة وفي المقابل ضعف الإعلام المحلي والتلفزيون المحلي)، مما دفع المشاهد إلى التعامل مع تلك القنوات الفضائية، فأتيح لها أن تساهم مساهمة خطيرة في تشكيل وعي الفرد، وتغيير سلم الأولويات القيمية لديه، وتغيير أنماط سلوكه، فلم يعد النظام الإعلامي الجديد مجرد وسيلة، بل وافد متطفل، ومحاور يشدنا ويتدخل في شؤوننا ويخترق حياتنا الخاصة بلا أدنى تهذيب أحياناً أو غالباً.

ونحن هنا لا نلغي الدور الإيجابي لبعض القنوات الفضائية ذات التوجه الإسلامي أو المعلوماتي أو الإخباري[1]، ولعل المؤلم أن الثقافة المصنعة بطريقة إغرائية تلقى رواجاً ونجاحاً، ولاسيما وأنها تلقى من يتبناها ويروج لها من أبناء جلدتنا مما يوحي بأنها (القيم الوافدة) مطلوبة ومرغوبة إلى حد ما، ولا يجهل أحد قيمة الأخلاق وخطورتها وأثرها في رفعة الأمم أو نكوصها وتراجعها، وفي الحديث الشريف عن رسول الله ﷺ قوله: ((إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق)) (صحيح الجامع).

---

(١) فؤاد ابن سيد عبد الرحمن الدفاعي: (النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية)، القاهرة، بدون تاريخ.

وأثنى الله جل جلاله على خُلقهِ فوصفه سبحانه وتعالى في كتابه العزيز: ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾ ﴾ [القلم: ٤]، وعن مناهج المفسدين في الإفساد يقول الأستاذ مصطفى صادق الرافعي (رحمه الله): (وفي السياسة محاربة المساجد بالمراقص، ومحاربة الزوجات بالمومسات، ومحاربة العقائد بأساتذة حرية الفكر، ومحاربة فنون القوة بفنون اللذة)!

ويختصر الشاعر أحمد شوقي الأمر ببيت شعره الشهير:

وإنما الأمم الأخلاق ما بقيت فإن همو ذهبت أخلاقهم ذهبوا

وقد فطن أعداء الإسلام إلى خطورة الأخلاق والقيم التي هي عماد شخصية المسلم، ومصدر قوته وتميزه وعزته، لذا عملوا بدأب وخبث على تجريد المسلم من عوامل قوته وقيمه وأخلاقه التي يتميز بها، وجاء بها الرسول الكريم محمد ﷺ حتى وصف الله تعالى الأمة الإسلامية في كتابه العزيز: ﴿ كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُم ۚ مِّنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾ ﴾ [آل عمران: ١١٠] ، لكن أعداء الإسلام ما انفكوا يعملون لإضعاف الأمة وزحزحتها عن عقيدتها وإيمانها وقيمها، وعرفوا من أين تؤكل الكتف وكيف، فوظفوا الأموال الطائلة للسيطرة على وسائل الإعلام، بعد أن أصبح العالم اليوم كما حلم به الحالمون بالأمس القريب أشبه بقرية صغيرة، سرعان ما ينشر فيها الأخبار ولا تخفى الأحداث إذ تتناقلها الأفواه وتجترها مزاراً، وهكذا حيث أدى التطور التقني الهائل إلى طي المسافات وإلغاء الحواجز، ليعبر القارات، ويجتاز الدول، ليدخل كل بيت تقريباً ضيفاً مهذباً أو عابثاً خبيثاً ماكراً يتدخل في كل شيء، حتى في أنماط سلوكنا وسلوك أبنائنا وطرق تفكيرنا تاركاً بقاياه وآثاره في دهاليزها، غارساً نياته دون أن نشعر[1]، وذلك

(١) سهيلة زين العابدين حماد: (الإعلام في العالم الإسلامي) الواقع والمستقبل.

كله عبر وسائل الإعلام المتقدمة، والفضائيات التي توصف كأخطر وأبشع وسيلة تغزو البيوت، وتستقطب الصغار والكبار، المثقفين والأميين والمتعلمين بلا استثناء بما تمتاز به من خصائص تؤهلها لذلك كالصوت واللون والحركة والاتصال المباشر والانتشار وسهولة الاستخدام أو إمكانية الحصول عليها، وبسبب مناسبة الثمن لذوي الدخول المتوسطة أو ما دون ذلك، ولمعرفة حجم تأثير التلفزيون نكتفي بمقولة ديغول: (أعطني هذه الشاشة الصغيرة وأنا سأغير الشعب الفرنسي)، التي تختصر خطورة هذا الجهاز في تغيير المجتمعات سلباً أو إيجاباً، والتأثير في أنماط السلوك والقيم والأفكار.... وهنا لابد من التأكيد على ضرورة المحافظة على خصوصيتنا كأمة مسلمة لها منظومتها القيمية، وعاداتها وأحكامها التي لا تحيد عنها، وأن نحصن أسرنا ونساءنا وشبابنا وأولادنا ضد أضرار ومخاطر العولمة وسيل الإعلام الغربي الهدام، الذي يهبط علينا عبر الفضائيات بلا ضابط أو رادع بكل ما يحمله من انحرافات خلقية وسلوكية، وليس الإعلام الغربي وحده بل الكثير من النتاج العربي الفني الذي يحاكيه في المضمون والهدف، ويفوق عليه أحياناً في الإسفاف والتسلية الرخيصة الخاوية، حيث تكثر برامج المسابقات والأغاني التي تفتقر إلى الفكرة أو المعنى وتنحدر بالذوق والإحساس الفني لدى المشاهد[1]، فلماذا لا تكون المضامين الإعلامية العربية - في الأقل - وسيلة حضارية لنشر المعلومات والأفكار المبنية على الصدق والموضوعية، والتي تمثل المنظومة القيمية التي يصوغها الإسلام الصافي من أجل تكوين توجه عام ورأي عام منسجم مع هذه المنظومة.... ولماذا لا تكون برامج الترفيه والتسلية بمستوى يليق بإنسان يعيش في الألفية الثالثة ويواجه كل التحديات والتناقضات التي تحدق به من كل صوب.

---

(١) حسين العوادات: (الإعلام العربي في عصر الفضائيات)، المركز العربي للدراسات الإستراتيجية، العدد ٢٨، ٢٠٠٣.

ويبث التلفزيون أفكاراً عديدة يحاول أن يغرسها في المجتمع العربي بطرق عدة ومن قبيل هذه الأفكار مثلاً لا الحصر: إدخال وترويج وتطبيق فكرة (الجندر) في مجتمعاتنا وتعني باختصار أن لا يمنع المرأة من القيام بأي دور يقوم به الرجل أو يمنع الرجل من القيام بأي دور تقوم به المرأة ، وإنما هي الظروف والبيئة والتنشئة التي حددت لكل منهما أدواراً معينة، ولذلك فيمكن تغير تلك الأدوار بتغير المفاهيم والموروث الثقافي والديني والبيئة الاجتماعية، وهذا ما يجري بخطى حثيثة هادئة الآن وبلا ضجة، إذ توظف الإمكانات والملاكات وتدعم الهيئات المندفعة في خدمة هذا الاتجاه[١].

فإذا كانت الصحافة والتلفزيون والدراما قد ابتدأت بالترويج لحرية المرأة والسفور ثم المساواة، فإنها لن تنتهي بها، لأن التطبيقات الجندرية أشبه بالشبكة العنكبوتية العملاقة تتضافر في تطبيقاتها جهود دول وحكومات، وتتغلغل أصابع منفذيها في مناهج المدارس، وسياسات الإعلام، وإدارات الدوائر، ومؤسسات المجتمع المدني بتخطيط علمي مدروس غاية في الدقة، وسقف زمني محدد، وتقويم لكل مرحلة عمل ودورات ميدانية تطويرية لكل بلد، ووجدت تلك الأفكار في التلفزيون أنجح وسيلة لتحقيق أهدافها، وخاصة عبر الدراما التلفزيونية أفلاماً ومسلسلات وتمثيليات وحتى ما يسمى (بالفديو كليب) ناهيك عن المسلسلات المدبلجة[٢].

يعترف محمد دياب الموسى مدير فضائية الشارقة بأن القنوات العربية لاسيما التي تبث على مدار اليوم تحتاج إلى كم هائل من البرامج، وللأسف تعتمد هذه المحطات على نسبة كبيرة من البرامج والمساحة الواسعة من البث الفضائي تضطر

---

(١) رقية الهويني: مجلة الأسرة، العدد ١٣.

(٢) ذكاء رواس قلبيه: (مجلة النور)، العدد ٢٤٠، ٢٠٠٥.

القنوات إلى أخذ الغث قبل السمين، ولا تجد فارقاً بين ما تبثه قناة وما تبثه أخرى، إن الطعام الفاسد الذي يصيب الجسم بالمرض أهون بكثير من البرنامج الفاسد الذي يدمر العقل والأخلاق، إن كثيراً مما يبث في بعض القنوات الفضائية العربية يثير الفزع والرعب.

ويقول الخبير الإعلامي سعد لبيب (مصر): إن المسلسلات والبرامج التي تبثها الفضائيات العربية تختلف فقط في الاسم، أما المحتوى فلا تختلف كثيراً عن المستورد، لأن الإنتاج التلفزيوني الذي يخدم القنوات العربية التي ظهرت حتى الآن لم يتطور بالشكل الذي يتناسب مع حجم الطلب، تضخمت القنوات من حيث العدد ولم يواكب هذه الزيادة العددية أي تطور مناسب.

وتدني مضمون القنوات الفضائية العربية موضع إجماع من قبل خبراء الإعلام بما فيهم بعض من يشاركون في تقديم برامج في هذه الفضائيات الخبير الإعلامي (حمدي قنديل) أحدهم يقول: إن كثيراً من القنوات شغلت معظم ساعات إرسالها بالإنتاج القديم نفسه، أو تدنت بمستوى الإنتاج بعرض مواد أكثر إسفافاً، وفساتين أكثر قصراً، سعياً لاجتذاب مزيد من المشاهدين.

وأطلق الكاتب الصحفي عرفات نظام الدين تسمية (قنوات فضائحية) على الفضائيات العربية، وقال: إنها تهدف إلى نقل (علب الليل) إلى بيوتنا لإفساد الأجيال، فهي كالأوبئة تتكاثر بلا هدف ولا مبرر، وكأنها أجسام طفيلية تراجعت عن أهدافها من أجلها، لتسيء لأوطانها ولأمتها وتبث برامج تحث على العنف والانحراف.

وأكد مهتمون بالإعلام ضرورة تأكيد الهوية الثقافية العربية والإسلامية إطاراً عاماً للفضائيات العربية، فالغزو الثقافي الذي نتعرض له حالياً من قيم وثقافات مغايرة لنا يتطلب بلورة فكر عربي أصيل يستمد من الإسلام قيمه وتراثه

الحضاري وأن تكف عن تدمير أخلاق شعوبنا وإلهائنا عن قضايانا والمؤامرات التي تحيط بها[1].

وفي دراسة استطلاعية في جامعة الملك فهد في جدة أجرتها الباحثتان (آمال السايس) و(منال الصومالي) عن أثر القنوات الفضائية كشفت الباحثتان أن نسبة (٦١,٥٪) وافقت على أن العنصر النسائي يستخدم كعامل جذب من قبل المحطات الفضائية لزيادة نسبة المشاهدين وأجاب (٨٩,٥٪) من عينة البحث بأن القنوات الفضائية كثيراً ما تقدم برامج تتعارض مع قيمنا وعاداتنا.

ثانياً: أثر مضامين الفضائيات العربية على تزييف الوعي الاجتماعي والديني:

بعد مشاهدات وقراءات نقدية وإعلامية لعينات عشوائية للكثير من مضامين هذه العينات أجراها باحثون عدة، أشاروا إلى العديد من الملاحظات منها أن لا تكاد تخلو تمثيلية أو مسلسل من علاقة عاطفية، وخلوة بين رجل وامرأة، أو مشهد زفاف ورقص، وتقديم ذلك في إطار مشوق يستدر العواطف والشفقة على البطلين، ويطبع تلك الأنماط السلوكية الغربية عن مجتمعاتنا المحافظة، ويمنحها جواز مرور ومباركة: ﴿ إِنَّ ٱلَّذِينَ يُحِبُّونَ أَن تَشِيعَ ٱلْفَٰحِشَةُ فِى ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِى ٱلدُّنْيَا وَٱلْءَاخِرَةِ ۚ وَٱللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٩﴾ ﴾ [النور: ١٩].

السخرية والانتقاص من صورة ربة البيت والأم البسيطة كشخصية زوجة سي السيد التي ذهبت مثلاً عن رواية نجيب محفوظ إذ بدت في غاية الاستكانة والاستسلام والسلبية، بينما ظهر الزوج في غاية الازدواجية والتناقض بين سلوكه في البيت وخارجه، لغرس الشك وزرع بذور التمرد لدى المرأة على صورة ربة

---

(١) الشيخ وجدي غنيم: (وسائل التضليل الفني وموقعنا منها)، مجلة الحقائق، العدد ٨، ص: ١٨-١٩.

البيت المحافظة، وتشويه معنى الطاعة الواعية المحبة ومن ثم نفور المرأة من تلك الصورة والتمرد عليها.

والسخرية والانتقاص من صورة ومكانة علماء الدين والمتدينين، إذ كثيراً ما يبدو الشيخ بليداً ذا شخصية ضعيفة، كذلك تجري اللغة العربية على لسانه وكأنها أضحوكة للنيل من مكانة المتدينين ومن لغة القرآن الكريم، وإن بدا أن ذلك غير مقصود أو جاء عفوياً، ولكن التكرار يؤكد القصدية والتعمد وسبق الإصرار.

الانتقاص من الشرع والأحكام الإسلامية بالتشويه والتجزئة مثل السخرية المتكررة بالقاعدة الواردة في كتاب الله تعالى: ﴿ فَإِن طَلَّقَهَا فَلَا تَحِلُّ لَهُۥ مِنۢ بَعْدُ حَتَّىٰ تَنكِحَ زَوْجًا غَيْرَهُۥ ۗ فَإِن طَلَّقَهَا فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَآ أَن يَتَرَاجَعَآ إِن ظَنَّآ أَن يُقِيمَا حُدُودَ ٱللَّهِ ۗ وَتِلْكَ حُدُودُ ٱللَّهِ يُبَيِّنُهَا لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٢٣٠﴾ ﴾ [البقرة: ٢٣٠]، وتهويل حجم الحالة النادرة، وتظهر المرأة (الممثلة) في مأزق غير مبرر وبلا أدنى رحمة أو عقلانية، كذلك قضايا الإرث التي تطرح في سياق درامي يوحي بالغبن والظلم بالنسبة للمرأة (للذكر مثل حظ الانثيين).

الاختلاط غير المنضبط في الجامعة والعمل، والعلاقات الماجنة، والغزل الفاضح، واحتقار القيم والمعاني كالشرف والعفة والفضيلة، فالفتاة عفيفه وهي تعمل فتاة إعلان بملابس فاضحة وتبرج جاهلي، وتأخر في الليل، وعلاقات مفتوحة، وعدم تحرج من شاب غريب وافد للبيت، يظهر أنه يعاني كبتاً نفسياً وضعفاً بسبب ضغط تدينه غير الصحيح، والذي يدفعه لمحاولة التحرش بالفتاة العفيفة فتاة الإعلان التي تنتصر عفتها على ـ المتدين ـ الذي أساء بها الظن (فيلم الإرهاب) فبم يعرفون الشرف والعفة إذاً إنه قلب للمعاني، وهذه الفكرة تتكرر بصيغ متعددة، إذ كثيراً ما تظهر الفتاة أو المرأة على أنها مسلمة وهي تذكر الله تعالى أو ما يوحي أنها مسلمة وهي تفعل ما لا يفعله إلا الخارجون من الإسلام من مراقصة الأغراب أو الاختلاط غير المنضبط والتبرج والعلاقات.

إشاعة أسلوب العناد والتمرد والتصرف من وراء الزوج، وبالمقابل النظرة المنتقصة من الزوج إزاء زوجته، وكأن الأزواج لا يرون في زوجاتهم ما يسر أبداً فهم في توق وتلصص على الأخرى جارة أو سكرتيرة أو زميلة أو راقصة، يرون كل أولئك أجمل من زوجاتهم اللواتي يظهرن مهملات حمقاوات؛ لإشاعة النفور من العلاقة الزوجية الشرعية، وتجميل المنكر والحرام، ولإعطاء أنموذج المقت للزوجة وللمرأة بالسكرتيرة أو الراقصة، وتقديمها (الراقصة أو السكرتيرة) على أنها المرأة المبتغاة والمشتهاة التي يتطلع إليها الرجل، وهي دائماً ما تكون متبرجة مكشوفة المفاتن لجر الزوجة المحافظة ودفعها إلى تقليدها، والاقتداء بالراقصات والممثلات لاكتساب رضا زوجها وحبه كما توهمها الدراما وتنصرف عن القدوة الحقيقة.

قال الله تعالى: ﴿ يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا يَحِلُّ لَكُمْ أَن تَرِثُواْ ٱلنِّسَآءَ كَرْهًاۖ وَلَا تَعْضُلُوهُنَّ لِتَذْهَبُواْ بِبَعْضِ مَآ ءَاتَيْتُمُوهُنَّ إِلَّآ أَن يَأْتِينَ بِفَـٰحِشَةٍ مُّبَيِّنَةٍۚ وَعَاشِرُوهُنَّ بِٱلْمَعْرُوفِۚ فَإِن كَرِهْتُمُوهُنَّ فَعَسَىٰٓ أَن تَكْرَهُواْ شَيْـًٔا وَيَجْعَلَ ٱللَّهُ فِيهِ خَيْرًا كَثِيرًا ﴿١٩﴾ ﴾ النساء: ١٩.

وقال الرسول الكريم ﷺ: ((ألا أخبركم بنسائكم من أهل الجنة؟ الودود الولود التي إذا ظلمت قالت: هذه يدي في يدك لا أذوق غمضاً حتى ترضى)) رواه الدارقطني والطبراني وحسنه الألباني، صحيح الجامع (٢٦٠٤).

إشاعة الأنماط الاستهلاكية والاستعراضية والمظهرية في السكن والأثاث والملبس والمأكل، وتفخيم صورة المرأة الارستقراطية، وفي مجتمع المحتكرين والمتنفذين وتجار المخدرات على حساب الطبقات العاملة والفلاحين، والاستهزاء والسخرية من قيمهم وتقاليدهم وإظهارهم بصفة اللصوصية والغباء، وابتذال نسائهم (كخادمات) سرعان ما يسقطن في الرذيلة، مما يؤدي إلى الاستهانة بالقيم والجحود بالنعم، والطمع بالثراء السريع للوصول إلى تحقيق الترف والمغريات والمكانة، والتنكر للتقاليد والانسلاخ من الأصول.

الإيهام بأن الحجاب عادة شعبية، وعرف اجتماعي، وليس واجباً دينياً تعبدياً، فالمرأة العجوز ترتدي الحجاب والجاهلة والخادمة والتي تعاني عاهة تريد إخفاءها أو المتخفية من أمر ما فقط، أما المثقفة والمتحضرة والجميلة فلا ترتدي الحجاب.

بينما الواقع الاجتماعي يخيل بالصور الإيجابية الحميدة، فإن هناك الكثير من الشابات الملتزمات متفوقات علمياً وعملياً عاملات ومؤثرات في أسرهن وفي مجتمعاتهن، وهذا تغييب تام متعمد للنموذج الإسلامي للمرأة، وكأن الصورة الإسلامية للمجتمع وللمرأة المسلمة لا تصلح للظهور في وسائل الإعلام.

إبراز صراع الأجيال بشكل يهول الأمور كثيراً، فخلافات وتمرد بين الأب والأبناء ذكوراً وإناثاً، والأم والأبناء، بإظهار الأب مثلاً متزمتاً قاسياً غليظاً متخلفاً، لا يفهم حالة التطور التي يمر بها المجتمع؛ لتبرير تمرد الأبناء وفعل ما يريدون وما يشاؤون مما يخالف القيم والتقاليد، من وراء ظهر الأب أو الأم، بالتمرد والعصيان والتحايل.

تشجيع الزواج السري والزواج العرفي، وحتى إن فكرة الزواج على ورق بدأت أول ما بدأت في الأفلام، إذ علموا الشباب الطريق الأسهل والأكثر اعوجاجاً وأذى بعدما عَسَّروا سبل الزواج الشرعي السليم، وأثاروا الشهوات بالاختلاط والأفلام والأغاني.

ترسيخ فكرة أن الممثلات والراقصات أهم بكثير من العلماء والدعاة والتربويين بتقديمهن بصورة مبهرة محببة، كخفة الدم والثقافة والذوق والطيبة، وإظهارهن مؤمنات يصلين ويقمن رمضان، كأن الإيمان لا يتناقض مع الرقص والغناء، وهن حاويات الرذيلة ورائدات الفساد؛ لغرس مقولة أن الإيمان مسألة خاصة بين الإنسان وربه، ولا صلة لها بالحياة والأفعال والأقوال والسلوك، فهي (الفنانة) تستطيع أن ترقص وتتعرى وهي مؤمنة مسلمة، وهكذا إذا سرق السارق

وهو مؤمن، ويزني الزاني وهو مؤمن، وهذا ما ينافي العقل والمنطق وليس العقيدة فقط.

ثالثاً: الفضائيات العربية والعولمة:

يقول العالم الفرنسي (مونتا أنييه) مكتشف فيروس الإيدز: (إن عالمية الحضارة أدت إلى عالمية الفيروسات التي تسبب الأمراض فيها).

إن هذه المقولة تقترب ولو بشكل بسيط من أن وسائل الإعلام ووسائل الاتصال وسهولة السفر بوسائل النقل المختلفة والثورة المعلوماتية، أدت إلى حدوث ما يشبه الامتزاج في بعض الأحيان ما بين الثقافات المختلفة لدول العالم فيما بينها، وكان هذا سبباً فيما يطلق عليه أحياناً حوار الحضارات، إذا كان ثمة تشابه في هذه الثقافات، وظهر نظير آخر له وهو صراع الحضارات إذا كان هناك اختلاف فيما بين الحضارات المختلفة.

(إن عود الثقاب على بساطته من الممكن أن يكون مفيداً جداً إذا أُحسن استخدامه، وإذا أُسيء استعماله فقد يسبب حريقاً هائلاً).

والأمر ينطبق على الفضائيات فإنها كسلاح ذي حدين إذا أحسن استخدامها كان لها فوائد جمة للمتلقي، والعكس بالعكس بمعنى آخر يجب أن لا نتعامل مع موضوع الفضائيات على وفق مبدأ الرفض؛ لأنه ليس الطريقة الجديدة التي نتعامل بها مع الفضائيات، ولاشك أن هذا الرفض ناتج عن السلبيات الموجودة في الفضائيات، ولكننا يجب أن نعلم أن للفضائيات الكثير من النواحي الإيجابية التي يمكن أن تسخر للإسلام وأهله بشكل يرفض حالة الرفض هذه.

وعلى هذا الأساس يجب التعامل مع الفضائيات على وفق نظرة أبعد، وأفق تفكير واسع، وربما أن للفضائيات سلبيات لا يمكن إنكارها أو تفسيرها، لذا

فإن ذلك يعني أن نجعل من المتلقي، هو الذي يرفض الأشياء السلبية الموجودة في الفضائيات، أي أننا نعمل على تحصين المواطن المتلقي فكم من دواء يستخلص بعد التعامل مع الجراثيم المسببة له ليكون تحصيناً ضد الجراثيم، كذلك هي طريقة التعامل مع الفضائيات.

إن هذه هي الطريقة الأنفع والأنجع في التعامل مع هذا الغزو الإعلامي الذي تعددت وسائله، فتارة من خلال إشاعة الفاحشة، وأخرى من خلال إفساد الأفكار لغرض اختراق التكوين الفكري للإنسان المسلم.

يقول (أكيوا) مدير مكتب البيت الأبيض للاتصالات تعليقاً على مشروع قناة تلفازية لجذب الشباب العربي إلى أمريكا:

(نحن نخوض حرباً في الأفكار بالقدر نفسه الذي نخوض فيه الحرب على الإرهاب لذا نرى أن تخفيف الملابس عبر الإعلام هو أفضل وسيلة للاختراق).

إن أعداء الإسلام قد شعروا بقوة هذا التأثير فأخذوا يزيدون من هذه الفضائيات، ويطورون من أساليب التعامل مع المتلقي لإسقاط أسس قيام المجتمعات المسلمة وهدم أركانها من الداخل، حتى إذا ضعفت ولم تعالج نفسها أصبح أمر السيطرة عليها لا يكلف جهداً.

ويمتلك هذه الوسائل الإعلامية المعادية للإسلام والمسلمين أشخاص لديهم من الدوافع ما يجعل من مهاجمة الإسلام والمسلمين أمراً مقدساً بالنسبة إليهم، فهناك اليهودي ((روبرت مردوخ)) الذي يسمى إمبراطور الإعلام في الغرب، وهو ذو أصول يهودية، ويحمل الجنسيتين الأمريكية والأسترالية، ويملك مجموعة صحف التايم الشهيرة، ومحطات فضائية (فوكس نيوز) الإخبارية المعروفة. ماذا نتوقع من مثل هذا؟ بالمقابل هناك بعض الأغنياء والأمراء العرب يملكون قنوات فضائية يستغلونها استغلالاً قد يكون أسوأ من هذا اليهودي لو امتلكها.

المجتمع ما زال يتجاوب بشكل كبير مع ما يعرض عليه من الفضائيات فلماذا لا يكون هذا التجاوب مع شيء إيماني! تقول الباحثة التونسية سنية المنصوري في تصريحات لموقع الإسلام أونلاين يوم (١٣/٧/٢٠٠٣): (إن وجود قنوات فضائية مثل اقرأ والمجد شكل مصدراً بديلاً للمعرفة الإسلامية والفتوى الدينية خصوصاً لدى الفتيات والنساء في غياب الدعاة والوعظ الديني عن المساجد والبرامج الإذاعية والتلفازية المحلية، بسبب التضييق الأمني من السلطات التونسية، كما أن الدعاة الدينيين أمثال (عمرو خالد ومحمد الجفري) قد تحولوا إلى شخصيات مؤثرة في أوساط اجتماعية كثيرة في تونس، إن القوة المؤثرة في العالم وبمساعدة خبراء من العرب العاملين معها نجحوا في ترويض معظم وسائل الإعلام العربية، واستخدموا الترغيب والترهيب في ذلك، وفرضوا رجالاتهم ومحلليهم على تلك الفضائيات، ورصدوا لذلك ما يزيد عن المليارين من الدولارات.

الاستنتاجات:

١-تواجه الفضائيات العربية والإسلامية ضغط الظروف والمتغيرات السياسية العاصفة بالمنطقة الإسلامية عامة، مثل الحروب الداخلية والإقليمية أو النزعات الداخلية والإقليمية وكذلك مشكلة الحدود السياسية والحروب الباردة بين بعض الدول العربية والإسلامية الناتجة عن اختلاف أنظمة الحكم فيها من دولة إلى أخرى، إضافة إلى وجود مشاكل داخلية في عدد كبير من الدول العربية والإسلامية.

٢-بدأت معظم الفضائيات العربية والإسلامية بثها في أجواء سياسية صعبة أو ربما شاذة، تقدمتها انعكاسات حرب الخليج الأولى، ثم التدخل الأمريكي غير المباشر في سياسات المنطقة العربية والإسلامية قبل أن تقع الكارثة، ويكشف الضغط الأمريكي السافر عن وجهه في المنطقة بعد أحداث (٩/١١) وما نتج عنها احتلال أفغانستان ثم العراق بدعاوى فكرية وسياسية خطيرة للغاية هي الحرب

على الإرهاب، وتصوير العالم الإسلامي والعربي مصدراً للإرهاب في العالم، ثم انعكاس ذلك على البرامج الإعلامية في الفضائيات الغربية بل حتى العربية منها.

٣-المنافسة الشرسة بين مختلف القنوات الفضائية العربية والأجنبية بما يؤثر على مضمون الرسالة الإعلامية المقدمة في الكثير من هذه الفضائيات، وذلك لاتخاذ بعض هذه القنوات طريقاً يتسم بالتحيز الواضح أو عدم الموضوعية، بل حتى الغموض، والأهداف المستترة والخبيثة، كما تمثل القنوات الصهيونية أو من يتبناها تحدياً آخر أمام القنوات العربية والإسلامية من حيث المضمون الفكري الثقافي والعقائدي، إذ تحاول هذه القنوات دائماً التأثير على المشاهد العربي.

٤-انعكاس الخلافات السياسية والتناقضات الفكرية الحاصلة بين الدول العربية على البرامج المقدمة في الفضائيات، ومواكبة هذه القنوات في المنطقة، الأمر الذي جعلها مقنعة للمشاهد، إذ إنها مصرة على ذلك بسبب التزامها بموقف دولها الرسمي في قضية أو ظاهرة سياسية ما.

٥-عدم كفاية البرامج المنتجة محلياً للفضائيات العربية والإسلامية بشكل عام لسد حاجتها منها، الأمر الذي يدفعها لسد أوقات النقص ببرامج مستوردة لا تخلو من مشاكل في الشكل والمضمون؛ لعدم صلاحيتها الكاملة للبث لجمهور عربي أو إسلامي، وبشكل عام تمثل البرامج المستوردة في الفضائيات العربية نسبة (٢٥٪) إلى (٥٠٪) وتشير إحدى الدراسات إلى أن الدول العربية تستورد (٥٧٪) من إنتاج القنوات الغربية والأمريكية.

٦-افتقار الكثير من الفضائيات العربية والإسلامية إلى التخطيط والسياسة الإعلامية المنضبطة بالظروف والإمكانات المتاحة، وعدم التزام الكثير منها بضوابط العمل الدعوي الإسلامي الذي يحقق مصلحة شعوب المنطقة. إن معظم هذه القنوات يخلو من سياسات إعلامية واضحة المعالم، وتفتقد إلى رؤى وأفكار

واقعية واستراتيجيات هادفة، مع تركيز أغلبها على سياسة إرضاء المشاهد بأية طريقة.

٧-اهتمام الكثير من القنوات الفضائية العربية بالبرامج الترفيهية وبرامج التسلية العابرة على حساب البرامج الإبداعية والثقافية، الأمر الذي انعكس سلباً على صورة المجتمعات العربية الإسلامية المقدمة للمشاهد.

٨-قوة الرقابة الرسمية على الكثير من القنوات الفضائية العربية جعل منها أداة بيد السلطات الحاكمة، ودفعها لتبني وجهات نظر الحكومة الرسمية، كما أن معظمها يخضع للسياسات المالية الحكومية، فهي تحتاج لدعم رسمي، وموارد الدولة التي تنشأ فيها، مما يفقدها الكثير من الاستقلالية في العمل والمواقف العامة.

٩-عدم اهتمام الكثير من الفضائيات العربية والإسلامية بالتقدم الحاصل في مجال التقنيات العلمية والهندسية والمهنية المتحققة في إطار العمل الإعلامي الفضائي، وتتقوقع بعضها ضمن صيغ العمل القديم التي فقدت جاذبيتها لدا المشاهد.

١٠-عدم الاهتمام من قبل الفضائيات إلا فيما ندر بعرض العقيدة الإسلامية وبيان حكم الكثير من الأمور والتصرفات ضمن رؤية العقيدة الإسلامية إذ أصبح شائعاً في الدراما العربية المقدمة في الفضائيات رؤية ما يخالف العقيدة الإسلامية، كتعاطي السحر، والاتجار بالمحرمات، والتبرك بالأحجار، والطواف بالقبور، وممارسة الشهوات علناً كالتقبيل أو نحوه، وفضح ستر المرأة بالتبرج والسفور، والدعوة إلى زجها في ميادين حياتية ليست مكلفة بها.

١١-من الفضائيات العربية من تتعاطى مع الإسلام على أنه تراث ومسألة تراثية ليست لها علاقة بواقعنا اليوم، بل تتعرض لجوانب إسلامية أو عقائدية عدة وإظهارها بالمظهر السيئ وغير الملائم، كالإشارة الواضحة إلى قسوة المسلم الملتزم

بدينه، أو تشويه صور العلماء والدعاة بإظهارهم نماذج للسخرية، أو لامتصاص منافع الناس، وهذا يحصل في الدراما العربية بشكل عام، أما في البرامج العربية الإخبارية والحوارية فيظهر الدعاة الإسلاميون لملء الفراغ، أو لغرض التنوع في استضافة الشخصيات والاطلاع على رأي الشريعة الإسلامية في موضوع ما، ثم يكون الانقطاع من الحياة اليومية.

١٢-أصابت الفضائيات العربية عامة الأسرة العربية بحيرة المتابعة والانقياد لها أو بمقاطعتها تماماً، ومع مقاطعة بعض الأسر للفضائيات عموماً إلا أن القيم التي تبثها تصل إلى أفرادها بشكل غير مباشر عن طريق التعايش مع المجتمع، ولهذا فالمقاطعة ليست حلاً أفضل من انتقاء البرامج ونبذ ما يخالفها من التي تسيء أو تعمل بالضد من الضوابط الإسلامية.

١٣-الكثير من الفضائيات العربية اليوم مهتم بتسطيح وتهميش فكر المشاهد العربي وذوقه، وذلك بمتابعة قضايا ليست ذات بال أو أهمية في حياته اليومية، وأن ذلك يأتي على حساب ترك القضايا الكبرى التي تعيشها الأمة متمثلة في التحدي المعادي لحضارتها وشريعتها وقيمها، بل باستهدافها الواضح والمعلن فكرياً وعسكرياً.

١٤-إن بعض القنوات العربية الفضائية يمارس دوراً بديلاً عن القنوات الغربية، فهي مشوهة الهوية، منقطعة الجذور عن واقعها العربي والإسلامي، وهي بالمقابل تدعو تصريحاً أو تلميحاً إلى الفكر والثقافة الغربية في أثناء تعاملها مع الأحداث، بل تتخذ في الكثير من برامجها المجتمع الغربي بحسناته وسيئاته نموذجاً وقدوة يجب على العرب اتباعه من دون التفات إلى ثقافتنا وتاريخنا وجذورنا البعيدة والمتابع لعمل وعرض الفضائيات العربية يلاحظ قطعاً ملاحظات ونقاطاً أخرى جديرة بالملاحظة والتسجيل والانتقاد.

التوصيات:

١-دعم القنوات الفضائية ذات الخط الإسلامي المعتدل والمتوازن وتفعيل ما هو موجود من قنوات وتوسيعها وتحسين أدائها.

٢-الاهتمام ببرامج الشباب التوجيهية التي لا تفتقر إلى التسلية والامتاع وإيجاد بدائل مشوقة ومناسبة لبرامج الأطفال تربطهم بتاريخهم وتراثهم الأصيل وتنقل إليهم حب الإسلام وحب الله ورسوله العظيم.

٣-توجيه الشباب المسلم ذكوراً وإناثاً لدراسة الإعلام وعلوم ووسائل الاتصال وتقنياته.

٤-من صلب عمل الإعلام الإسلامي نشر الدعوة الإسلامية والرد والتصدي للحملات العدائية والتشويه التي يتعرض لها الإسلام والمسلمون.

٥-إيجاد بدائل إسلامية للمضامين الهزلية من النتاجات الهابطة ثقافياً وأخلاقياً من دراما وأغان وبرامج ترفيه.

٦-تفعيل دور القنوات الفضائية المحلية والعربية وتصحيح الخلل؛ لضمان عودة الجمهور المنصرف إلى القنوات الأخرى، والابتعاد عن الثقافة الاستهلاكية والتقاليد الاستهلاكية التي تعمل على تنميط العالم وأمركته في وعيه وسلوكه وثقافته، والعودة إلى الخصوصية المحلية والتراث الأصيل وقيم الحق.

٧-الأخذ بالرأي العام للجمهور المتلقي بالدراسات الجادة والدقيقة لتقويم البرامج وإغنائها بالجديد لكي يشعر المتلقي بأنها تمثله فعلاً.

٨-طرح قضايا المواطن الحقيقية ومشاكله بعيداً عن الإثارة أو التقليد أو الانتقاد المتعمد لتترجم فكرة ما أو اتجاه ما إذ غالباً ما تهمش آراء المرأة المسلمة في البرامج التي تتعلق بقضايا المرأة مثلاً.

٩-إنشاء قمر اصطناعي إسلامي لمواكبة عالمية الإعلام، وضرورة مواءمة عالمية الدين الإسلامي، ومواجهة أشكال الظلم والإجحاف التي تلحق بالمسلمين في العالم.... كما دعا لذلك العديد من خبراء ورجال الإعلام.

١٠-الالتزام بميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي الذي أُقِرَّ في المؤتمر الأول للإعلام الإسلامي في جاكارتا بإندونيسيا، وشارك فيه ما يقرب من (٤٥٠) شخصية إعلامية إسلامية من مختلف إنحاء العالم، يمثلون أشكال وسائل الإعلام الإسلامي كافة.

١١-أن تكون القناة العربية الإسلامية المفترضة قناة هادفة جامعة شعبية موجهة للمسلمين جميعاً؛ ليفهموا من رسائلها وبرامجها الإسلام فهماً مبسطاً واضحاً بمنطق عصري يتجنب القصور، ويعني هذا أن تكون القناة ذات رسالة ثقافية واضحة في أذهان القائمين عليها، وتجنب التكرار والملال في عرض البرامج وتقديم المادة الإعلامية.

١٢-الاهتمام بنظرية التعامل وصنع النجوم كما يجري في القنوات غير الإسلامية، وقد أثبتت برامج وشخصيات إسلامية أنها تحظى بأرقام كبيرة من نسب المشاهدين، حتى لو لم يتم عرضها في أوقات الذروة أو الأوقات المفضلة لدى المشاهد، مثل برامج الإفتاء الميسرة، أو برامج السيرة النبوية، بل حتى بعض الدراما الإسلامية الهادفة التي تسلط الضوء على قضايا أو شخصيات إسلامية محببة ومهمة.

١٣-عرض برامج خاصة لنقد العادات والتقاليد التي لا توافق المنهج الإسلامي وبيان السلبي منها والإيجابي خاصة وقد تعرضت ثقافتنا الإسلامية اليوم إلى الكثير من الخلط بين الأعراف والقيم الاجتماعية والعادات الشعبية وبين الأحكام المتفق عليها في الشريعة الإسلامية وقد روجت الفضائيات في كثير من

برامجها لهذه الجوانب حتى اختلط الخطأ بالصواب بل طغى السلبي والخاطئ منها على كثير من جوانب الحياة اليومية.

١٤-التأكيد في برامج أخرى على الفصل بين الثقافة الإسلامية وبين ما وفد من المجتمعات الغربية أو غير الإسلامية عامة من عادات وتقاليد ومفاهيم، والتأكيد على عدم التأثر بها بمفاهيمها وسلوكها بل بيان أهمية معاداتها ورفضها كونها تمثل غزواً فكرياً وعقائدياً للإسلام.

عصر مواجهة السلطة الإعلامية

للسلطات التنفيذية لتعزيز الحريات الانسانية

الدكتور فاضل محمد البدراني

رئيس قسم الصحافة في كلية الإعلام

الجامعة الإسلامية - بغداد

مقدمة

تواصل الفعل الإنساني عبر قرون طويلة في سبيل تحقيق إنجازات الشعوب في العدالة والعيش الكريم، بعيداً عن ضغط السلطة التنفيذية وممارساتها بغمط الحريات، وهضم الحقوق والواجبات، وفي العمل الإعلامي فإن البناء الفكري لهذه الممارسة يدعو إلى تطبيق قيم السماء في سبيل حرية الإنسان؛ لأنه في الأصل يمثل رسالة إنسانية مقدسة، ومن ثم فإن أي وسيلة إعلام تنحرف عن ذلك فلا تتصف بسلوك إعلامي حقيقي، فوظيفة الصحافة والإعلام الدفاع عن حقوق الفقراء والمظلومين ضد الظالم، ومن المؤكد أن السلطة التنفيذية هي الطرف المتهم في القضية، لاسيما في البلدان النامية، وفي هذا المجال تنبهت الصحافة بجميع أشكالها منذ زمن طويل، ابتدأ من أوروبا وصولاً إلى الدول النامية، ومنها بلداننا العربية والإسلامية، وحصلت المواجهة بين السلطتين (الإعلام والسلطة التنفيذية) بشكل فعلي في القرن العشرين حتى وصلنا إلى هذا العصر (الحادي والعشرين) الذي لاحت فيه مؤشرات التفوق الإعلامي على سلطة الحكومات، وهذه الإنجازات هي مبدأ وهدف الإسلام الذي يدعو لحقوق عادلة متساوية بين الجميع، وأن تكون السلطة التنفيذية في خدمة المجتمع، وبعكس ذلك فإنها تتحول إلى سيف مسلط على رقاب الناس، ولابد من التصدي لها وتعريتها، وأفضل وسيلة في ذلك هي

سلطة الإعلام. ولقد تبلورت نظريات الفقه الدستوري في العالم كله في وقت سابق من القرن الماضي (العشرين) لتجعل الممارسة الديمقراطية مرادفة لوجود سلطات ثلاث متكاملة ومنسجمة هي:

١- السلطة التنفيذية.

٢- السلطة التشريعية.

٣- السلطة القضائية.

وبفضل تطور تكنولوجيا الإعلام، واتساع شبكة الاتصال العالمي وتنامي وتيرته، بعد أن أصبح يغزو الفضاءات العالمية بما يبثه من معطيات إعلامية أكثر حجماً واتساعاً من مجرد نقل الخبر، ولم يقف عند هذا الحد[١]، وإنما تجاوزه إلى حدود التعليق والتحليل والتفسير وصنع الإنسان المراد عولمته، ليتخطى المفهوم السابق لإعلام (القرية العصرية) إلى مفهوم قائل بأن العالم عبارة عن (شاشة صغيرة) أدى هذا الدور المهم لأن يحتل الإعلام، سلطة من بين السلطات التي ظهرت وتبلورت مع ظهور الحكومات التشريعية وما يتبع ذلك، فاحتل منزلة السلطة الرابعة *.

ولكن هذا المفهوم بقي في العالم الثالث يراوح في مكانه، بينما العالم الغربي في السنوات العشر الأخيرة زحف دور الإعلام فيه إلى مرتبة السلطة الأولى، انطلاقاً من أهمية دوره في التفاعل مع حاجيات المجتمع لديها، وصولاً إلى تلبيتها حتى لو تطلب الامر الدخول في نزاعات وتحديات مع السلطة التنفيذية صاحبة القرار عندما تخفق بواجباتها أو تتقاعس عن تلبيتها. ولم تعد هناك سلطة مفروضة لا يمكن مساءلتها أو محاسبتها، سواء أكانت قوى غيبية كما كان الحال في

(*)ستأتي المصادر والهوامش بعد نهاية البحث ص ٢١٢.

الأمبراطوريات والملكيات القديمة، أم قوى ردعية كما كان الحال في النظم الدكتاتورية، بل أصبح الحكم تفويضاً شعبياً، يأخذ صورة سلطة تنفيذية تمنح بالانتخاب الصريح كما هو الحال بالنسبة للنظم الجمهورية، أو بالقبول العام المرتبط بتطور تاريخي يكاد يكون انتخابياً غير مباشر، وهو ما حمل اسم الملكيات الدستورية [٢].

ومع أن العالم النامي ومنه عالمنا العربي يشيع بين أوساطه الإعلامية والصحفية مفهوم السلطة الرابعة على مدى تاريخ طويل من الزمن في حين تغير الوضع في العالم الغربي المتقدم إعلامياً وتكنولوجياً إلى مفهوم السلطة الأولى في السنوات العشر الاخيرة، فإن شبه اتفاق يجري بين العالمين النامي والمتقدم الآن على اعتماد مفهوم السلطة الخامسة، خاصة بعد دخول الشبكة العنكبوتية كأحد مصادر تداول الأخبار والمعلومات بلا رقيب ولا قيود، بمعنى آخر الانتقال بالمعلومات من المواطن إلى المواطن بدون حارس بوابة.

المبحث الاول: فاعلية الخطاب الإعلامي في المنظومة الأخلاقية

إن العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية علاقة متداخلة على اعتبار أن وسائل الإعلام هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم والمفاهيم، ومن ثم تساهم في خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية ما يعطيها أحقيتها كسلطة إعلامية في إدارة وتوجيه المجتمع. وفي هذا المجال ركز خبراء الإعلام والاتصال على هذه الخاصية، واهتموا بالوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، وحاولوا تحديد أدوارها ازاء المجتمع، ورصد نتائج وتأثيرات ذلك، وسبق عالم الاتصال "رولد لاسويل" غيره في إيلاء هذه المسألة الأهمية التي تستحقها، عندما توصل إلى حقيقة أن من بين وظائف وسائل الإعلام مراقبة البيئة الاجتماعية من خلال جمع المعلومات وتوزيعها، حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة، وبنظره أن لوسائل الإعلام مهمة أخرى هي زيادة ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة لتحديات البيئة المحيطة بهم، بمعنى آخر خلق رأي عام وطني موحد يساعد الحكومة الديمقراطية للقيام بدورها، مثلما تتولى وسائل الإعلام عملية نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر. ولم يقف اهتمام علماء الاتصال عند هذا الحد فقد حدد كل من لازرسيفلد وميرتون وظائف لوسائل الإعلام حيال البيئة والمجتمع وفق الآتي:

١-تبادل الآراء والآفكار بين أبناء المجتمع لإضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.

٢-تفعيل المعايير الاجتماعية ومحاسبة الخارجين عنها، من خلال الفضح الإعلامي للسلوكيات الشخصية للأفراد التي تنحرف عن أخلاقيات المجتمع العامة.

٣-التنبيه على آثار الخلل الوظيفي لوسائل الإعلام بتدفق مزيد من المعلومات

للجمهور فتخلق ما يسمى بـ (المعرفة السلبية) المعيقة للنشاط البشري مما يفضي إلى اللامبالاة من قبل الجمهور بدلاً من إيقاظه.

ومن علماء الاتصال والمجتمع من يذهب إلى أن لوسائل الإعلام وظيفة أخرى هي التنشئة الاجتماعية، أي تعليم الأفراد الجدد المهارات والقيم والمعتقدات التي يقدرها المجتمع، كما قال بذلك ولبورشرام، فهذا الأمر يعطي الدلالة اللازمة على أن الإعلام يمثل سلطة رقابية وتنموية وتوجيهية للمجتمع. ويمكن إجمال الوظائف المجتمعية لوسائل الإعلام بما يأتي:

١-مراقبة البيئة الاجتماعية وتزويدها بالمعلومات والتنبيه بالمخاطر.

٢-خلق المثل الاجتماعي وذلك بتقديم النماذج الإيجابية في الأمور العامة والثقافة والفنون.

٣-التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للقيم والخبرات الجماعية.

٤-تحقيق التواصل الاجتماعي من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية ودعم القيم الشائعة.

٥-التعبئة وتتمثل في الإسهام في الحملات الاجتماعية، وبصفة خاصة في الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب.

وفي الوقت ذاته الذي تؤثر فيه وسائل الإعلام على النظام الاجتماعي، فإنها تتأثر به خلال عملها الوظيفي، فهذا النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام يعد من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأي نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الاجتماعية السائدة. ففي بعض الحالات لا يقدم الإعلامي تغطية كاملة للأحداث التي تقع من

حوله أو ما يعني بالسبق الصحفي، وذلك إحساساً بالمسؤولية الاجتماعية أو رغبة منه في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده، وأحيانا تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون ببعض الأدوار الاجتماعية والثقافية من أجل تدعيم البناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع، وعدم خلخلة منظومته القيمية أو الأخلاقية [٣].
وتصطدم وسائل الإعلام من خلال أدائها الوظيفي تجاه الأفراد والمجتمع ببعض العقبات التي تقلل من فاعليتها، إذ يطلق عليها في علم الاتصال بالعمليات الانتقائية وهي:

١- الاهتمام الانتقائي.

٢- الإدراك الانتقائي.

٣- التذكر الانتقائي.

٤- السلوك الانتقائي.

وهذه العمليات الانتقائية تختلف من حيث أداء وظائفها من عملية لأخرى في التفاعل الاجتماعي، سواء بالاهتمام بجزئية من شيء وليس بكل شيء، أو بتفسير الخطاب الإعلامي من شخص لآخر، أو بتذكر خطاب إعلامي وعدم نسيانه لوقت طويل على حساب خطاب إعلامي آخر يهمل، أو قياس نسبة التأثر والاستجابة من شخص لآخر عند التعرض للخطاب الإعلامي، وتقوم وسائل الإعلام بإضفاء المكانة والقوة على بعض الأفراد والجماعات من خلال التركيز الإعلامي عليهم وإكسابهم الشهرة، مما يمنحهم قدراً من السلطة والنفوذ والتفرد على غالبية الناس، ويصبح سلوك مثل هؤلاء الأشخاص ذا دلالة بالغة على عامة الناس، ومن ثم تصبح لديهم سطوة في مجال دعم أو تغيير القيم الاجتماعية وحتى رفضها [٤]. وأثبتت بعض الدراسات أن الوظيفة الأخبارية لوسائل الإعلام تؤدي أحياناً إلى نتائج غير مرغوبة، فزيادة الأخبار السلبية المتعلقة بالحروب كثيراً ما تؤدي إلى زيادة القلق والتوتر لدى المتلقين مما يدفعهم إلى اللامبالاة والانكباب على الذات.

المبحث الثاني: الترابط الجدلي بين الإعلام والحقوق الإنسانية

إن الممارسة الديمقراطية المعاصرة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بحركة الإعلام، حتى ذهب بعضهم إلى تسمية الإعلام بأنه المحرك الأساسي لترسيخ المفاهيم الديمقراطية وتنميتها، بينما خالف بعضهم الآخر هذا الرأي وقال: إن الديمقراطية هي سبيل نشوء الإعلام وتطور مفاهيمه وإقرار سلطاته المجتمعية [٥].

وهكذا أصبحت تعني تفويضاً شعبياً يمنح للسلطة أو يحجب عنها، وأصبح لزاماً أن تكون السلطة التنفيذية محدودة الصلاحيات وخلال مدة زمنية محدودة أيضاً، تتم ممارستها ونفقاتها وإيراداتها في شفافية كاملة، وتحت رقابة سلطة تشريعية، تستمد قوتها مباشرة من إرادة الشعب، الذي يختار ممثليه بكل حرية وسيادة، في انتخابات عامة تعددية. وكلما تعددت صور وأساليب السلطة التنفيذية تعددت أساليب السلطة التشريعية وتنظيماتها طبقاً للظروف المحلية والمرحلية، لكنها احتفظت دائماً بفاعليتها وشرعيتها وبمشروعية مراقبيها طالما احترمت الإرادة الشعبية وعبرت عنها بكل نزاهة وموضوعية، وطالما تمسكت بالهدف الرئيس من وجودها، وهو ضمان التكامل التام للممارسات الديمقراطية، سناً للقوانين والتشريعات ومراقبة للأداء الحكومي، وتغليباً للوطنية على الحزبية، وللرأي الجماعي على الرأي الفردي، مع الاحترام الكامل للرأي الآخر، عندما يلتزم بضوابط العمل الديمقراطي. وعبر أزمنة عديدة لبلدان مختلفة في العالم تحملت السلطة القضائية مهمة الحماية الضرورية للسلطتين، وذلك بفضل القوانين التي لا يعلو عليها أحد، فرداً كان أو جماعة أو مؤسسة، لأنها قوانين صادق عليها الشعب كله بوساطة ممثليه الشرعيين، وأصدرتها السلطة التنفيذية المنبثقة عن الإرادة الشعبية، محددة الضوابط التي تحول دون تسلط سلطة على أخرى، أو تقزيم دور سلطة لمصلحة سلطة أخرى[٦].

أ- الإعلام والحقوق العامة:

وسط هذه التجاوزات على الحريات العامة والديمقراطية، والابتعاد عن المسار الدستوري المرسوم لكلا السلطتين التشريعية والتنفيذية، الذي من المؤكد أن تنال كثيراً من دور وسائل الإعلام في مهماتها التنويرية، فإنه في هذا المجال لابد أن ينشط دور الإعلام حتى لو مورست ضده الدكتاتورية ليكون مسانداً للسلطة القضائية في الآتي: [٧]

١-ممارسة الضغط الإعلامي على السلطتين التشريعية والقضائية وكشف عيوبهما للرأي العام.

٢-اللجوء لأسلوب التنوير والتوعية بحقوق كل سلطة في ممارسة صلاحياتها حيال المجتمع.

٣-طرح المعالجات ومحاولة تقريب وجهات النظر بين الفرقاء (السلطة والمجتمع).

ب- المواجهة بين سلطة الإعلام والسلطة التنفيذية:

في بعض الدول تكون الرقابة الحكومية شديدة جداً إلى حد منع أية وسيلة إعلامية من التحدث بما هو مخالف لعبودية ودكتاتورية السلطة التنفيذية، خاصة عندما تكون منبثقة عن كتلة برلمانية معينة، وتستند في قوتها ومخالفاتها الدستورية من البرلمان خلافاً للحقيقة المطلوبة، فإن الآلية التي تعتمد يجب أن تكون على النحو الآتي:

١-الاعتماد على جهود شخصيات مستقلة أو حزبية أو فكرية لإصدار صحف وقنوات ومحطات إذاعية ومواقع إلكترونية وغيرها في بلدان أخرى تمارس فيها الحريات الإعلامية بيسر.

٢-تدفع الحاجة الجماهيرية إلى خلق آلية تنسيق بين جهات صحافية وإعلامية ومنظمات حقوقية ذات بعد إنساني مع وسائل الإعلام التي تعمل في دول المهجر لكشف أباطيل السلطة التنفيذية وتعريتها.

٣-ضرورة أن تتحلى هذه الوسائل الإعلامية بالخطاب المهني الذي يستند إلى حقائق دامغة، وبعكس ذلك فإن السلطة التنفيذية ستتخذ أية مغالطات إعلامية ذريعة لممارسة الضغط على الدولة المضيفة لإيقاف بث أو صدور هذه الوسائل الإعلامية.

ولذلك فإن مفهوم السلطة في الديمقراطية يعني تنظيماً تكاملياً منبثقاً عن الشعب، معبراً عن طموحاته، مجسداً لإرادته، ولهذا يشار للسلطات الثلاث أحياناً بأنها (وظائف ثلاث لسلطة واحدة)، من منطلق أنها تصب كلها في خانة واحدة، هي تحقيق المصالح العليا للأمة بمشاركة الجميع، واحترام كامل لمعادلة الحقوق والواجبات، يرتبط فيه حق القبول الذي تطلبه السلطة مع واجب الخدمة العامة التي تؤديها. وبدون هذا كله يفقد النظام الديمقراطي معناه، ويتحول من تراض صريح بين إرادات حرة إلى سيطرة مبنية على الإكراه أو المراوغة أو التزوير، ويصبح الأمر آنذاك تسلطاً وتعسفاً وجوراً. وعندها تفقد السلطة، أي سلطة، مشروعيتها، وحقوقها في القيادة أو في المساءلة [٨]. وتصبح الديمقراطية آنذاك مجرد واجهة للفوضى السياسية التي يمكن أن تقود إلى طريق مسدود أو إلى فتنة لا تبقي ولا تذر.

المبحث الثالث: العلاقة الأزلية بين الأخلاقيات الصحفية والقيم الاجتماعية

إن أخلاقيات المهنة الصحفية تتباين في تفاصيلها من مؤسسة إعلامية لأخرى، ومن بيئة إعلامية لأخرى. فهي ليست علماً من العلوم يستند إلى قواعد محددة وان اختلف المختصون في الصحافة والإعلام في ذلك، فلا توجد مدونة قواعد عالمية تحكم هذه الأخلاقيات، فبعضهم يعدها علماً من العلوم الاجتماعية بينما يخالف بعضهم الآخر هذا الرأي، ومع ذلك فهي تنبع من خبرات مكتسبة وممارسات تولد لدى الصحفيين الحكمة في التعامل مع إشكاليات مهنية لا تحكمها قوانين، وتسمح في النهاية باتخاذ قرارات أخلاقية سليمة تنسجم وقيم السلوك الاجتماعي لأي مجتمع [٩].

إن مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية يظهر كلما التزم الصحفي سواء أكان مراسلاً أم مندوباً أم حتى كاتباً بخطوات وضوابط المهنة وحرفيتها والسعي نحو معرفة الحقيقة ونشرها على الملأ لتكون فيها خدمة للجمهور بعيداً عن أية أغراض مصلحية أخرى [١٠]، وفي هذا السبيل تطرح مؤسسات إعلامية كبرى من وقت لآخر ما يطلق عليه بـ "دليل الإرشاد الإعلامي" في محاولة منها لمساعدة الصحفيين على التعامل السليم مع أية عقبات وإشكاليات تواجههم.

أولاً: مبادئ المهنة الصحفية:

١- تعد الدقة أمراً مقدساً في كل الأحوال.

٢- يسعى دائماً لتحقيق التوازن فيما يكتب وعدم التحيز.

٣- يكشف دائماً أي تضارب في المصالح لرئيسه أو المحرر المسؤول.

٤- يحترم المعلومات عند الاطلاع عليها بصفته المهنية ويحمي مصادره ولا يكشفها للآخرين.

٥- لا يختلق ولا ينتحل أبداً ولا يدفع أموالاً لمصدره مقابل خبر ولا يقبل رشوة لتحريف الحقائق.

٦- لا يدخل أي تغيير على صورة فوتوغرافية أو تلفزيونية عدا ما تقتضيه متطلبات تحسين الصورة العادية.

ثانياً: الإرشادات والنصائح المهنية:

إذا كانت المبادئ التي ذكرت آنفاً ترتكز على أسس مهنية في المقام الأول، ولا تتطرق بشكل مباشر لنوعيات معتادة من القضايا ذات البعد الأخلاقي، يواجهها الصحفي من وقت لآخر، فإن الأهم هي النصائح والإرشادات التي تساعد الصحفي في التعامل مع القضايا الآتية:

أ- علاقة الصحفي بالمعلومات والمصادر:

يتطلب من الصحفي التحلي ببعض المواصفات التي من شأنها أن تحافظ على خصوصية المعلومة والعلاقة بينه وبين مصادره لإدامة الصلات ومنها:

١- يجب أن لا تؤثر العلاقات الشخصية بين الصحفي والمسؤول وتطغى على صدقية المهنة الصحفية، لأن العلاقة شخصية لكن المعلومة ملك الناس جميعاً.

٢-عدم الكشف عن هوية المصدر المجهول إلا لمن هم بحاجة فعلاً داخل المؤسسة الإعلامية لمعرفة ذلك، وعلى الصحفي طمأنة مصدره أنه سيتصدى لأي محاولة لمعرفة هويته إذا اتفق معه على إبقائه مجهولاً.

٣-أن يكون الصحفي واثقاً من نفسه بعيداً عن الخضوع للتأثيرات الجانبية مثل تعاطي الرِّشا من هدايا وأموال وغيرها.

٤-الابتعاد عن الأساليب غير المشروعة عند الحصول على المعلومات الخبرية مثل سرقة المعلومات أو شرائها بثمن أو التنازل عن قضايا مقابل ذلك.

ب- علاقة الصحفي بالسلطة:

تختلف العلاقة بين الصحفي والحاكم من مجتمع لآخر، وقد يبرز الاختلاف بين المجتمعات النامية عن المتقدمة في هذا الموضوع، ففي المجتمعات النامية وتحديداً في عالمنا العربي تصبح إشكالية تسلط الحاكم على الصحفي عقبة كبيرة تؤثر على نوعية القصة الخبرية، ومدى فائدتها للناس جميعاً، وأحياناً تتحول إلى دعاية للحاكم. إلى جانب ضغوطات الحبس وإغراءات المال والسفر، وسبيل الصحفي هو التمسك بالقواعد المهنية لسد كل المنافذ أمام من يريد الإضرار به وبمهمته الصحفية.

ج- علاقة الصحفي بالناس:

الصحافة هي صوت الناس، ووجودها مقترن بوجود الناس وتعدد حاجاتهم ورغباتهم وميولهم وتظلماتهم، وبعكس ذلك فلا وجود لها. ومن هذا المنطلق فالصحافة موضوعها الناس أولاً وأخيراً. فلا بد للصحفي أن يبذل قصارى جهده لفائدة الناس وتقليل الأضرار التي تلحق بهم، وهذا يتطلب الالتزام بالخطوات الآتية:

١-الإنسان قيمة مثلى في الحياة، وعلى الصحفي الابتعاد عن التمايز الجنسي والعرقي والديني والمذهبي والوضع الاجتماعي لجميع الناس، لأن خدمة الإنسان هي أعظم قيمة في رسالة الصحفي، وهذه تعكس ثقافة المجتمعات وسلوكيات الناس فيها سواء كانوا صحفيين أو اطباء أو مدرسين وغيرهم[١١].

٢-أن تكون الدقة والأمانة سبيل الصحفي عندما يتناول أوضاع الناس

العاديين بالعرض في رسالته الصحفية المكتوبة أو المصورة، وأن يبتعد قدر الإمكان عن أساليب التجريح لمشاعرهم لأنه جزء منهم مهما كان.

٣-إن أفضل وسيلة لتجنب إلحاق الضرر بالناس هي عرض الحقائق كاملة غير مجتزأة، وطرح جوانب أي خلاف بالكامل وبلغة محايدة تماماً، لا تهول أو تهون، لا تزرع أملاً كاذباً أو تثير إحباطاً بلا داعٍ، وإذا كانت هناك معلومة ناقصة وتعذر استكمالها، فلننقل ذلك بوضوح للقارئ في الموضوع (١٢).

ويتبين من ذلك أن هناك مساحات رمادية كثيرة يشتبك معها الصحفي في عمله، ويجد نفسه مطالباً باتخاذ قرارات ذات بعد أخلاقي بشأنها، والأخذ في الحسبان بما سبق عرضه من مبادئ ومحددات قد يضيء الطريق أمام الصحفي ويجعله يتخذ القرار الأقرب للصحة. إن قواعد المهنة الصحفية تشكل التزاماً أخلاقياً على الصحفي الالتزام به لطالما تمسك بمهنةٍ لا تنفك عن هموم الناس واحتياجاتهم، بل أصبح بهذا المسار ملك الناس، فهذه المهنة ليست وظيفة بقدر ما هي رسالة إنسانية تستهدف مساعدة الناس والوقوف بجانبهم دائماً. كما توصلت الدراسة إلى أن ثقافة الإنسان تنبع من ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه باستثناء حالات فردية، والصحفي كلما كان واعياً ومحباً للخير كلما كان قريباً من الناس ومخلصاً لمهنته، وهذا الشق الأخير يكشف مدى الثقافة والسلوك الاجتماعي العام الذي تربى عليه (١٣).

المبحث الرابع: السلطة الرابعة

مع التطورات السياسية التي عرفتها بلدان غربية في القرنين الماضيين ظهر تعبير يشير إلى سلطة جديدة، ليست سلطة دستورية بقدر ما هي سلطة أمر واقع ترتبط بحركة الجماهير، التي أصبحت، في مراحل معينة قوة قادرة على الضغط على إحدى السلطات الدستورية، وتحديداً السلطة التنفيذية[١٤]، وأصبح لحركة الجماهير اسم جديد هو (الرأي العام)، وبرز إلى جانبه تعبير الإعلام كسلطة رابعة مضافاً إلى السلطات الثلاث الدستورية، لكن هذه السلطة ليست دستورية بقدر ما هي سلطة شعبية، تستمد قوتها من ضغط الشارع وضجيج صوته عندما يطالب بحقوقه الشرعية المتعددة، وفي بادئ الأمر رفض بعضهم هذا المفهوم الجديد متمسكاً بحرفية الشرعية الدستورية الغائبة، بينما نادى به بعضهم الآخر بحماس كبير معتبراً أن الجمهور هو مصدر التشريعات الدستورية، وأن الأخيرة تمثل ضماناً لحقوق الجمهور، وأحياناً بدون إدراك لتوفر العناصر الضرورية لشرعية وجود السلطة وأولها قبول واجب المساءلة قبل المطالبة بها كحق مشروع.

إن السلطة التنفيذية في الأنظمة الشمولية قد استخدمت الإعلام كأداة تطويع جماهيري، تنتزع به شرعية التعبير عن إرادة شارع استنفرته صناعياً بفضل شعارات وطنية أو شوفينية، وحولته إلى جموع هائجة تتضاءل أمامها حجة الفكر والمنطق، ولكن الوضعية تغيرت بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، ثم تغير كل شيء بعد سقوط حائط برلين. وتطور مضمون الرأي العام من حركة جماهيرية تميزت أحياناً بعنف الطرح أو بعفويته إلى حركة موازية لنشاط الطبقة السياسية، حملت في مراحل معينة اسم (المجتمع المدني) الذي يعتمد إلى حد كبير على نشاط جمعيات غير سياسية، أو تجمعات شعبية ترتبط بتحركات معينة، انتخابية أو ظرفية. وقد أعطى انهيار الفاشية والنازية ثم النظم الدكتاتورية في أوربا الشرقية وبعض دول آسيا وأمريكا اللاتينية، وتطور الممارسة الديمقراطية في العديد من

بلدان العالم الثالث [١٥] فرصة للصحافة لكي تنتزع بفاعلية متفاوتة تأثير، دور (سلطة رابعة).

ارتبط حجم التأثير بدرجة تطور المجتمعات وحيوية تنميتها الوطنية، خاصة بعد أن اتسع مفهوم العمل الإعلامي إلى المجال السمعي البصري، بفضل الثورة التكنولوجية المعاصرة من الفضائيات إلى الانترنت.

أ- الاستثمار وشرعية السلطة الرابعة:

إن مسألة التوسع في طرح نسخ متعددة من وسائل الإعلام بهذا الكم الهائل الذي تشهده الساحات الدولية بالوقت الحاضر يمثل إثراءً للممارسة الديمقراطية، وترسيخاً لها، وتطويراً لنوعية التعامل بين السلطات الدستورية نفسها. لكن ما عرف من أسرار الحرب العالمية الثانية ثم من تفاصيل المواجهات العربية الإسرائيلية وأخيراً بعض ما نشر من خبايا حربي الخليج ١٩٩١ و٢٠٠٣ على وجه التحديد، كل ذلك خلق حجماً من المخاوف على مستقبل الممارسة الديمقراطية عندما تأكد استغلال سلطة الإعلام وإمكانياته لمصلحة طرف معين، ولحساب طرف آخر، بكل ما يمكن أن ينتج عن ذلك من تضليل للشعوب وتشويه لدور المؤسسات الدولية، وانتقاص لحق المواطن في الإعلام الموضوعي، ولحق الصحفي في الوصول إلى الخبر[١٦] الذي تكون بدايته معلومة، وهي حاجة معرفية للإنسان كفلتها القوانين الإنسانية الدولية بموجب اتفاقيات جنيف ١٩٤٩[١٧]. وجاءت التحولات الدولية الناتجة عن العولمة وبروز صراعات جديدة أطلق عليها مفهوم "صراعات العولمة"، اختلط المال فيها بالعقائديات، لتطرح احتمال استثمار الإمكانيات التي توفرها التكنولوجيا المتطورة لوسائل الإعلام لكي تهدد سلامة الدول الفتية، التي اختل توازنها نتيجة للطفرة النفطية ولتخريب المجتمعات التي اختلطت أمامها ما يجب أن يحافظ عليه من ثوابت وما يجب التخلص منه من

محرمات وهمية (طابوهات)[18]. وأصبح هذا كله يهدد الحريات الأساسية للمواطن، وينذر بجعل الإعلام أداة لتحقيق أهداف ليست هي بالضرورة الأهداف المشروعة للمجتمع بكل شرائحه وفئاته. من هنا أصبح من حق وسائل الإعلام في أي بلد أن تطالب الدولة بأن:

١-توفر لها الحماية الضرورية التي تمكنها من القيام بدور الطرف الكامل الحقوق في التعامل مع القضايا العامة.

٢-ترفض أن تكون مخلب قط لأي سلطة كانت، وبوجه التحديد لسلطة غير دستورية.

٣-من حقها أن تعامل كسلطة شرعية باعتبارها ممثلاً للرأي العام بمعنى رأي المواطنين، بغض النظر عن الانتماءات الحزبية أو العقائدية.

٤-من واجب الدولة أن تسهر على تنظيم قطاع الإعلام، على أساس أن قاعدة ممارسة السلطة في المفهوم الديمقراطي هي احترام معادلة الحقوق والواجبات.

٥-تحديد مجالات العمل بدقة وموضوعية بحيث تحترم سيادة الشعب وحقوق المواطن وفعالية المؤسسات، مع الحفاظ على هيبة الدولة وحسن أداء أجهزتها المختلفة.

ومعنى هذا، باختصار شديد، أن الإعلام يمكن أن يكون سلطة مشروعة إذا قبل بالشروط الموضوعية لمشروعية أي سلطة، وهي القبول الشعبي بها، وإفساح المجال للرأي الآخر، واحترام الضوابط التي يضعها المجتمع لتفادي تحول السلطة إلى تسلط. والسؤال المطروح إذا كان الإعلام يجسد سلطة رابعة في مجتمعاتنا النامية فمتى يكون خارج هذه السلطة؟ أو هل نرى إعلاماً لا يستحق هذه المنزلة؟

الجواب: نعم، لا يمكن بحال من الأحوال اعتبار بعض وسائل الإعلام تملك قوة السلطة إذ إنها لا تتعدى أن تكون بوقاً يردد صدى السلطة، فمفهوم السلطة هنا والتأثير غير جائز لأنها تابعة للسلطة مغلوب على أمرها، فإذا كان الطفل يقبل بالإيحاءات أكثر من الراشد فهناك بعض الدول تعمد إلى جعل المجتمع فضاءً لا يملؤه غير الأطفال ليخضع لنزواتها وأهوائها وتوجهاتها.

ب- الإعلام.. متاهات الحرية:

عندما نتحدث عن حرية الإعلام بشكل عام، والقيود والمحددات التي تقف حائلاً دون تحقيقها في كثير من البلدان، لابد من إيجاد النموذج العملي الذي يجعل أي باحث ومتابع يستند إلى لغة الحقائق العملية، وهذا الأمر يقودنا إلى تناول تجربة العراق عقب الغزو والاحتلال الأمريكي - الغربي مطلع ٢٠٠٣ كنموذج لإعطاء بعض الأمور التي من شأنها:

١-تعطي المدلول اللازم لصعوبة الوضع أمام رجال الصحافة والإعلام خلال ممارستهم للمهنة.

٢-تكشف عن مشروعية الجمهور في الوصول للمعلومات ومصادرها باعتبارها حاجة غاية في الأهمية.

٣-إعطاء شرعية حقيقية للإعلام كسلطة رابعة منبثقة من مفهوم الرأي العام الذي يشكل رأي الناس أو الجماهير السند القانوني له.

وأفرزت مرحلة الفتنة التي عمت العراق التي هي من نتاج الاحتلال نتائج سلبية في واقع العمل الإعلامي وهي:

١-إعطاء بعض دعاة الإعلام والصحافة صلاحيات تتجاوز حقوقهم المشروعة.

٢-حرمان إعلاميين متميزين حقوقاً هي من صميم حقوقهم المشروعة.

٣-لا بل سلبت من بعض الصحفيين المتميزين حرية العيش بالحياة عندما سخرت أيادي آثمة لقتلهم.

٤-اختلال التوازن في صميم المهنة الصحفية عندما حاولت بعض المنابر الإعلامية لتكون سلطة فوق كل السلطات.

٥-لقي بعض الإعلاميين أو دعاة الإعلام تشجيعاً هنا أو هناك، مهد لتجاوزات اصابته بالدوار فراح يعطي لنفسه دوراً يتجاوز كل الحدود.

٦-عند المقارنة ما بين أصول المهنة في بلدان ديمقراطية وما جرى في العراق يتبين بأن الإعلام صاحب الكلمة والسلطة، وعداه يمثل عربدة ليس إلا.

٧-مع انتشار الفوضى سلكت مؤسسات إعلامية عراقية بإدارة وأدوات عراقية خطأً مهنياً رفيعاً مارست الضغط على تجاوزات السلطتين التشريعية والتنفيذية ونجحت في تشكيل الرأي العام في مناسبات عدة.

ومع ذلك هل يبقى الإعلام يتبوأ الدرجة الرابعة بين السلطات؟ ام أنه أصبح سيد السلطات باعتباره:

١-صاحب قوة رهيبة، تظهر من خلال التباين بين الهيكل التقليدي لأجهزة الدولة.

٢-يمتلك القدرة الانسيابية المخترقة للأفكار التي تسرق الجميع بعفوية وتلقائية في منظومتها، ومن ثم يصبح من غير الممكن الانفلات من نفوذه الذي ليس له تأثير فعلي بمفهوم السلطات الأخرى التي لا تفرض نفسها إلا من خلال:

-قوة الردع والعقاب والتخويف من العقوبات القانونية.

-يستطيع تحويل المشاهد إلى أداة فاعلة مؤثرة كاسرة قيود المتابعة السلبية المشاركة في صنع الحدث بالتحريض والتوجيه وإشعال الثورات السياسية، أو

تحريض جهة ضد أخرى.

-إسقاط أنظمة باشعال الفتن من خلال الضغوطات السياسية، وهذا ما يسمى (بالثورات البيضاء) بنفوذ الإعلام الأفقي، وهذا الأخير لا يمكن أن يؤثر إلا بوجود حرية تكون هي الوقود المحرك له [١٩].

-سلاح السلطة.

-تسرد الصحف المحلية الأمريكية كبيرة كانت أم صغيرة، فصول الأحداث اليومية لحياة بلدنا وحياة شعبنا... فلو جمعناها مع بعضها، لوجدنا أهم صحف مجتمعاتنا المحلية لا تروي قصة الحرية الأمريكية فحسب، بل هي تلك القصة. هكذا تحدث كولن باول وزير الخارجية الأميركية الأسبق في خطاب ألقاه أمام جمعية الصحافة الأمريكية (٢٥ آذار ٢٠٠١) عن حرية إعلام يحسب له ألف حساب في الرقعة الإعلامية بتعداداته. وهذا ما يؤرخ لقول نابليون: ثلاث صحف معادية يجب أن يعمل لها ألف حساب أكثر من ألف بندقية، وقد كان ذلك منذ نحو قرنين من الزمان عندما كانت وسائل الطباعة والتوزيع محدودة جداً ولا تعرف انتشاراً واسعاً.

-إن العالم اليوم إلى جانب التحدي الاستعماري بالقوة العسكرية ثم التحدي الاقتصادي بالارتباط بمراكز الهيمنة الاقتصادية العالمية: مثل (١-صندوق النقد الدولي ٢-النظام الرأسمالي ٣-نظام الخصخصة)، يجد نفسه أمام تحد حضاري بوسائل الإعلام، فالدول اليوم تتسابق للتسلح، لكنها في الوقت نفسه تتسابق لامتلاك السلاح الإعلامي، الذي يخول لها الوجود والتواجد في معارك حروب إعلامية. ما يقال عنها إنها شملت وعمت جميع المجالات: فكرية، سياسية، اقتصادية، عسكرية، دينية، عقائدية... وللوقوف بقدر من العمق على ملامح هذه الحرب الإعلامية سنحاول أن نقف ولو باختصار شديد جداً – على أمل التوسع

في مواضيع أخرى – على المجال الإعلامي الديني في وسائل الإعلام، منطلقين من أسئلة متعددة، ومستحضرين سلسلة النكسات الحضارية والعسكرية التي تشهدها وتعيشها الأمتين العربية والإسلامية في هذا العصر، لنختم قولنا: هل الخطاب الديني الإعلامي قادر على إحداث ثورة مجتمعية مستفيداً من ثورة الإعلام؟؟؟.

المبحث الخامس: فاعلية جيل سلطة الإعلام الخامسة(**)

لم تعد السلطة الرابعة المتمثلة في الإعلام التقليدي بوسائلها القديمة قادرة على الصمود أمام اجتياح السلطة الخامسة المتمثلة في المواقع الإعلامية المختلفة التي تنتشر عبر الشبكة العنكبوتية كالفيس بوك ويوتيوب وتويتر والمدونات الشخصية. وساد مفهوم السلطة الرابعة في القرنين الماضيين " التاسع عشر والعشرين" بكونه مفهوماً رقابياً على السلطات الأخرى، لكن هذا المفهوم أخذ بالتلاشي مع ظهور الإنترنت الذي غيّر معالم الحياة، وأصبح القوة المسيطرة، مما أجبر الصحافة على إجراء تغييرات هيكلية للبقاء والمنافسة، ولعل أبرز العوارض التي أصابت الصحافة بفعل تمدد الإنترنت تمثّلت في تناقص أرقام التوزيع، وتضاؤل الإيرادات الإعلانية وتناقص القراء، كما هو الحال الذي تشهده حركة الصحافة في العالمين الغربي والشرقي، ولكن تعد الصحف البريطانية هي الخاسر الأكبر في هذا التحول التكنولوجي التي اضطرت إلى إجراء تغييرات شكلية حيث اعتمدت النظام النصفي في حجم الصحيفة عدا صحيفة «الديلي تلغراف» التي مازالت محافظة على حجمها. وتقييماً لهذا الوضع فلن يكون بمقدور سوق الصحف تحمّل أكثر من صحيفة واحدة بسبب تضاؤل أهميتها لدى القراء، إذ إن هذه المتغيرات أفرزت ما يسمى بالصحافة المدنية التي تحاول الوصول إلى الجمهور بشكل مكثف من خلال التقارير المختلفة، والنزول إلى القارئ، وتلبية طلبات الجمهور(٢٠).

إن العصر الحالي والمستقبل سوف تسيطر عليه السلطة الخامسة عبر المنافذ والمواقع الإلكترونية المختلفة كالفيس بوك واليوتيوب والمدونات الشخصية وغيرها من أدوات التواصل الإلكتروني، وإن ميزان القوة تحول من حراس البوابة في الصحافة التقليدية إلى السلطة الخامسة المتمثلة بالمواطنين، إذ اكتسبت

شرعيتها من الواقع المعيش ولم يعد للسلطة الرابعة ذلك الحضور الذي كان يشهد لها في القرنين الماضيين، لكن لابد من تناول أسباب عوائق انتشار المدونات ولاسيما في عالمنا العربي والتي تمثلت في:

١-ضعف القراءة لدى الجمهور والظروف الاقتصادية.

٢-استثمار جهاز الكمبيوتر للترفيه، إلا أنه ومع تلك المعوقات فهناك تنامٍ للمهتمين في صحافة المواطنين في العالم العربي[٢١].

أ- الفيس بوك أحد أوجه السلطة الخامسة (شبكات التواصل الاجتماعي):

لا توجد عبارة جاهزة أكثر انطباقاً على الفيس بوك في جانبه "الإعلامي" -إذا سلمنا جدلاً بأنه يتوفر فعلاً على هذا الجانب في أدنى تعريفاته ووظائفه، أي نشر المعلومة وإيصالها إلى شريحة واسعة من المتلقين.. لا توجد عبارة أفضل من كونه "سلاحاً ذي حدين" فكما أن "مالئ الدنيا وشاغل الناس الجديد" يستطيع أن يكون أداة مثلى للقفز على حواجز الإعلام الحكومي المتخشب، ومن بينه الإعلام العربي، فإنه يستطيع أن يكون مرتعاً خصباً للإشاعة والمعلومة المضللة، ومن ثم بث الوعي الموهوم. بل أكثر من ذلك لا شيء يمنع الحكومات، التي يُطرد إعلامها من الباب، أن تعود من شبّاك الفيس بوك لتروج لسياساتها بطرق شتى وغير مباشرة. والفيس بوك فرض نفسه إعلاماً بديلاً يروج كَمّاً كبيراً من الأطروحات المتناقضة، فبعضهم يعده خير من يستطيع القيام بدور هذا الإعلام المنشود، وبعكس ذلك ينفي بعضهم الآخر عنه كل إمكانية للقيام بذلك الدور. لاشك أن دور الشبكات الاجتماعية ومن بينها الفيس بوك في نحت الوعي المعاصر باعتبارها بديلاً معقولاً عن التواصل الإنساني المباشر". وأثبت الكثير من الوقائع والدراسات مدى تأثير هذه الشبكات على وعي الإنسان وتصرفاته، ولعل السبب الأول في ذلك يعود إلى التفاعل مع الآخرين، والاطلاع السريع على الأحداث العالمية". وتعتبر

"هذه الشبكات سيفاً ذي حدين، ففي الوقت الذي جعلت فيه الإعلام والإعلان بحاجة ماسة إلى صناعات إبداعية جديدة، يواجهان بها التحديات، ويجذبان المستهلك، خلقت سبل تواصل جديدة بين الناشرين والمعلنين من جهة والجمهور من جهة أخرى". وزاد أكثر من هذا دخول هذا الإعلام الرقمي الجديد الذي يطلق عليه اسم " السلطة الخامسة " وما يستعاض عنه بمصطلح "الشبكات الاجتماعية" في الأزمات السياسية للدول، وشكلت سلطة الإعلام الخامسة عامل ضغط كبير في انتخابات الولايات المتحدة نهاية عام ٢٠٠٨، وكذلك في حرب غزة، وفي أزمة الرئاسة المصرية لفترة ما بعد حكم الرئيس حسني مبارك، ومن قدرة هذه السلطة الخامسة في حركات الاحتجاج ففي حدود ١٨ ثانية على الإنترنت يتحول الغاضب بعد ذلك إلى مشارك مجاني لا يتحمل تكلفة المشاركة والنزول إلى الشارع!.. وفعلاً بدا الأمر بارزاً جداً في الأحداث الأخيرة التي أعقبت الانتخابات الرئاسية الإيرانية، والتي طرحت سؤالاً مهماً حول دور الشبكات الاجتماعية في نقل الحدث وتوصيفه، حتى إن البعض طرح سؤالاً بشأن دور هذه الشبكات في تغيير الأنظمة وتحديد شكل العالم الجديد". وهذا التأثير الإعلامي اعترف به كبار المسؤولين في الدول المتقدمة، ومثال ذلك اعتراف رئيس وزراء بريطانيا غوردون براون "من أن السياسة الخارجية ستتغير بفضل الإنترنت، واصفاً حقبة الإنترنت بأنها أكثر صخباً من أي ثورة اقتصادية أو اجتماعية، واعتبر أن ثورة المعلوماتية كانت لتمنع الإبادة الجماعية، لأن أي معلومة ستخرج إلى العلن بسرعة، والرأي العام سيتحرك". وفي أحداث العنف الإيرانية التي حصلت رداً على نتائج الانتخابات التي فاز بها الرئيس أحمدي نجاد بولاية ثانية تحولت وسائل أدوات السلطة الخامسة مثل" الفيس بوك والتويتر واليوتيوب" إلى إعلام أبطاله أو نجومه مواطنون عاديون بدلاً من المراسلين الذين منعتهم السلطات الإيرانية من العمل. وأصبحت هذه الشبكات الاجتماعية مصدراً أساسياً للمعلومات ولأشرطة

الفيديو وشهادات الناس في"المواطن الإعلامي" لجأ إلى تصوير الأحداث على جواله أو كاميرته الرقمية، ومن ثم وضع أشرطة الفيديو على الشبكات الاجتماعية حتى باتت مؤسسات إعلامية كبرى مثل الـ"سي. C N N " والـ "B B C. نيوز" تأخذ قدراً كبيراً من المعلومات الموجودة على "التويتر" وعدداً من الأشرطة المحملة على "اليوتيوب"، وهنا نذكر على سبيل المثال طلب الـ "سي. إن. إن" من مستخدمي "تويتر" أن يدلوا برأيهم في مدى نجاح التظاهرات في تغيير مسار الأوضاع في إيران مستقبلاً. وفي رأي الكثير من المتابعين والمختصين لهذه الإشكالية وأسلوب تناولها إعلامياً "لم يقتصر دور الشبكات الاجتماعية على الإعلام أو نقل الحدث إلى الخارج، بل أدت دوراً أساسياً وحاسماً في تنظيم العديد من المعارضين في الانتخابات الإيرانية، وفي تحديد أماكن التظاهرات، وجمع وتبادل المعلومات. لقد ساعدت هذه الثورة بعض المواقع العالمية والتقنيين المعروفين، نذكر منهم على سبيل المثال الموقع المعروف"ندى نت" الذي أنشأه الأميركي إريك ريموندس والذي يحمل اسم ندى سلطان آغا الشابة الإيرانية التي قتلت في ٢٠ حزيران الماضي أثناء الاحتجاجات التي تلت الانتخابات الرئاسية الإيرانية من تمكين المحتجّين من التواصل مع المتعاطفين معهم في مختلف أنحاء العالم بحرية. ومن خلال معالجة شبكات الإعلام الاجتماعي" الإعلام الرقمي " لقضايا كثيرة جعل الأمر أكثر من سلطة خامسة بل أقوى تأثيراً من الصحافة بحيث إن بساطة الكتابة والصورة والفيديو والصوت كلها عوامل للخروج بسلطة المواطن الصحفي، وهذه هي الفاعلية المطلوبة [٢٢]. غير أن سعيد الأمين رئيس تحرير إحدى الجرائد الإلكترونية يرى من المبكر القول بتحول الفيس بوك إلى إعلام بديل في العالم العربي نظراً لضعف القراءة، وقلة مستخدمي الانترنت مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، نتيجة العوز المادي الذي تعاني منه فئات واسعة جداً من المجتمعات العربية. بيد أن سعيد الأمين يقر بأن التدوين هو "سلطة خامسة". ونستخلص من

ذلك ما يأتي:

١-أن الفيس بوك برغم ما عليه من سلبيات في التخاطب بلغة الشباب الهابطة يبقى مؤهلاً ليكون بديلاً عن الإعلام التقليدي.

٢-وقد يلغي بعض مساوئه مثل سيطرة الدول والحكومات عليه، ولكنه قد يعوضها بأخرى مثل غياب المسؤولية وقلة موثوقية الخبر.

ونتيجة لكل ما ورد يثبت للجميع:

١-أن الفيس بوك يطرح على الحكومات العربية تحدياً كبيراً وغير مسبوق، وهو تحدي تطوير إعلامها وتخليصه من اللغة المتخشبة.

٢-إكسابه المزيد من المصداقية.

٣-تخليصه من الدعاية الفجة لها، لأنها بوجود بدائل مثل الفيس بوك لن تجد نفسها معزولة إعلامياً فحسب، ولكنها قد تجد نفسها:

أ-هدفاً لهجمات قد يصدر بعضها عن حسن نية وبدوافع وطنية.

ب-قد يصدر بعضها الآخر عن سوء نية وعداوة لها ورغبة في زعزعة استقرارها وبث الفرقة في مجتمعاتها التي تبدي ممانعة ضعيفة للإشاعة.

الخاتمة والاستنتاجات

نستخلص من الدراسة هذه بأن حرية الإعلام مطلوبة بالقدر الذي يتسع ويتعاظم فيه دور الإعلام في التفاعل بمعالجة قضايا المجتمعات، وهذه من واجبات السلطة التنفيذية، وإلا فإن المعركة يجب أن لا تتوقف من طرف السلطة الرابعة (الشعبية) معها لنيل حقوقها التي هي حقوق الإنسان انطلاقاً من كونها صوت الناس، وهذا الذي أخذ يتعاظم يوماً بعد آخر يقابله تسلط الكثير من الأنظمة حتى المتقدمة في تحريف رسالة الإعلام الإنسانية، ويأتي ذلك انطلاقاً مما يأتي:

١-إن الفضائيات والمحطات الإذاعية والشبكة العنكبوتية غزت كل البقاع والصحف، تطبع وتنسخ بلا عدد، وتنقل عبر الأقمار الصناعية في أوقات قصيرة محققة تأثيراً تكييفياً لعقول الناس، فلابد من مراعاة حقوق الإنسان من القدر الكافي للمعلومات الحقيقية.

٢-تتسابق الدول للتسلح العسكري، لكنها في الوقت ذاته تتسابق لامتلاك السلاح الإعلامي، الذي يخول لها الوجود والتواجد في معارك حروب إعلامية، وهذا التوجه يمثل حالة تجنٍ على دور الإعلام المستقل، ورسالته في التنوير والتوجيه والتنمية والبناء.

٣-الدعوة إلى تفعيل دور منظمات المجتمع المدني التي هي الرأي العام لمجابهة تسلط السلطات الرسمية على نطاق عالمي، سواء في البلدان المتقدمة أو النامية والمساعدة على منح الحريات الديمقراطية للناس.

٤-ليس كل مطبوع صحفي أو بث إذاعي أو فضائي أو حتى مقروء عبر الانترنت هو إعلام يستهدف خدمة الإنسان والمجتمع وتنويره، فلابد من الفرز بين ما هو أداة بيد السلطان الجائر أو ما هو وسيلة دفاع وممانعة بيد الناس ضد السلطان.

٥-تربط بين الإعلام والحريات الديمقراطية علاقة وثيقة يصعب تجزئتها في الدول الديمقراطية، بينما تصبح العلاقة منفصلة بعيدة بعد كوكب السماء عن كوكب الأرض وتقتصر على التسمية فقط لدى الأنظمة الشمولية والاستبدادية.

٦-إن التطور الديمقراطي لدى بعض الأنظمة الغربية ارتقى إلى منح الإعلام موقع السلطة الأولى، بينما لم ينل مفهوم السلطة الرابعة لدى أغلب البلدان النامية.

المصادر والهوامش

(*) يستخدم مصطلح "السلطة الرابعة" اليوم في سياق إبراز الدور المؤثر لوسائل الإعلام ليس في تعميم المعرفة والتوعية والتنوير فحسب، بل في تشكيل الرأي، وتوجيه الرأي العام، والإفصاح عن المعلومات، وخلق القضايا، وتمثيل الحكومة لدى الشعب، وتمثيل الشعب لدى الحكومة، وتمثيل الأمم لدى بعضها. ومنذ أول ظهورٍ مشهورٍ له منتصف القرن التاسع عشر، استخدم المصطلح بكثافة انسجاماً مع الطفرة التي رافقت الصحافة العالمية من ذاك ليستقر أخيراً على معناه الذي يشير بالذات إلى الصحافة وبالعموم إلى وسائل الاتصال الجماهيري (mass media)، كالإذاعة والتلفاز. وتعبير "السلطة الرابعة" تعرض إلى فهم خاطئ في اللغة العربية، إذ يكثر ربطه بالسلطات الدستورية الثلاث: التشريعية والتنفيذية والقضائية، باعتبار أن الصحافة – أو وسائل الإعلام عموماً هي رابع سلطة دستورية نظير ما لها من تأثير؛ إلا أن السلطة المعنية في المصطلح، تبعاً لمن أطلقه أول مرة، هي القوة التي تؤثر في الشعب وتعادل، أو تفوق، قوة الحكومة. ويدور الجدل حول أول من أطلق تعبير "السلطة الرابعة"، إلا أن اتفاقاً واسعاً ينعقد حول دور المؤرخ الاسكتلندي توماس كارليل في إشهار المصطلح، وذلك من خلال كتابه "الأبطال وعبادة البطل" (١٨٤١) حين اقتبس عبارات للمفكر الإيرلندي إدموند بيرك أشار فيها الأخير إلى الأحزاب الثلاثة (أو الطبقات) التي تحكم البلاد ذلك الوقت، رجال الدين والنبلاء والعوام، قائلاً إن المراسلين الصحفيين هم الحزب الرابع –"السلطة الرابعة"– الأكثر تأثيراً من كافة الأحزاب الأخرى. كما أن بيرك كان في ذهن كارليل عندما كتب الأخير في مؤلفه "الثورة الفرنسية" (١٨٣٧) عبارة أورد فيها المصطلح أيضاً. أما الروائي الإنجليزي هنري فيلدنج فيبرز باعتباره أول مستخدم معروف لتعبير (Estate fourth) في كتابة له عام ١٧٥٢.

١- د. صباح ياسين، الإعلام حرية في انهيار، (بيروت، الشبكة العربية للابحاث والنشر، ٢٠١٠) ص٥٩.

٢- محيي الدين عميمور، كيف يكون الإعلام سلطة رابعة؟. جريدة الشرق الأوسط، العدد ٨٢٧٨ في ٢٨ يوليو ٢٠٠١.

٣- د. فوزي الهنداوي، أثر الخطاب الإعلامي في القيم الاجتماعية، الأكاديمية المفتوحة العربية، قرأ في ٢٠ من آب ٢٠١٠، للمزيد ينظر الموقع essacademy.net www.pr

٤- ميتشل ستيفنس، البث الإذاعي، ترجمة هشام عبد الله (عمان، الاهنية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨) ط ٤، ص ٣٣٠.

٥- د. فوزي الهنداوي أثر الخطاب في القيم الاجتماعية، مصدر سابق.

٦- د. فاضل البدراني، مشاركة السلطة الرابعة في خلق التوازن الاجتماعي، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر الإعلام والحريات الصحفية في كلية الإعلام، الجامعة الإسلامية- بغداد، نيسان ٢٠١٠.

٧- د. صباح ياسين، الإعلام حرية في انهيار، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، (بيروت، ٢٠١٠) ص ٤٢-٤٣.

٨- أنور الهواري، الإعلام البديل.. التوجهات والتمويل، تحليلات وآراء، موقع إسلام اون لاين. وقرأ في ١٠ نيسان / ابريل ٢٠١٠، للمزيد انظر الموقع:

http://contactus.islamonline.net/ar abic/contact.asp

٩- ميتشل ستيفنس، البث الإذاعي، مصدر سابق، ص ٤٨٤.

١٠- سعيد مقدم، أخلاقيات الوظيفة العمومية (دراسة النظرية التطبيقية) الجزائر، دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، ١٩٩٧، الطبعة ١، ص ٥١

١١- حديدان زهير، الموسوعة الصحفية العربية للتربية والثقافة والعلوم، الجزء الرابع، ص ١٢٩

١٢- أنور الهواري، الإعلام البديل، مصدر سابق.

١٣- د. فاضل البدراني، المسؤولية الإنسانية لوسائل الإعلام في الحروب.. قراءة تفكيكية في مهنية الأداء والضمان القانوني، المجلة العربية للعلوم السياسية، (بيروت، العدد ٢٧ صيف ٢٠١٠)، ص ٧٧.

١٤- الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، تأليف ايرفينغ فانغ، ترجمة أديب خضور، (دمشق، ٢٠٠٩) ص ١٠.

١٥- منصور بو داغر، السلطة الرابعة. و"نقاباتها"، تحقيقات، موقع لبنان الان، نشر في ١٠ تموز ٢٠١٠، وقرأ في ١١ تموز ٢٠١٠، للمزيد ينظر الموقع:

http://www.nowlebanon.com/Arabic/NewsAr

ticleDetails.aspx?ID=184710&MID=100&PID=46#

١٦- عبد العزيز الهياجم، السلطة الرابعة.. حقوق والتزامات، جريدة المؤتمر نت، تعز، اليمن، قرأ في ١١ تموز ٢٠١٠، للمزيد ينظر الموقع: http://www.almotamar.net/news/67427.htm

١٧- تقرير يتعلق بالمصطلحات الخاصة بقانون النزاعات المسلحة، اللجنة الدولية للصليب الأحمر الدولي، (جنيف، ٢٠٠٨) ص ١٨.

١٨- عبد العزيز الهياجم، السلطة الرابعة، مصدر سابق.

١٩- د. فاضل البدراني، المصدر السابق نفسه.

(**) أطلق على آخر أجيال وسائل الإعلام المعاصرة في عصر الانترنت مثل "الفيس بوك واليوتيوب وتويتر" ب" السلطة الخامسة" إذ لم يعد للرقيب الإعلامي (التدخل الحكومي) أية سلطة على حظر

نشر موادها لتكون في متناول المواطن أينما كان موقعه في العالم، وهي تسمية رافقت تسمية أخرى هي "الإعلام الجماهيري".

٢٠- عبد الهادي بو طالب، سلطة الإعلام وعلاقتها بالسلطة السياسية، جريدة الشرق الأوسط، العدد ٨٥٢٠ في ٢٧ اذار ٢٠٠٢.

٢١- د. علي بن شويل القرني محاضرة في جامعة الملك سعود بعنوان، الإعلام التقليدي غير قادر على الصمود أمام السلطة الخامسة: للمزيد ينظر موقع الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، قرا في ٣٠ حزيران ٢٠١٠ للمزيد ينظر الموقع: http://www.samc.or g.sa/ar /cor p.aspx?id=1

٢٢- العرب اون لاين في ١٢ تشرين الاول ٢٠٠٩، قرأ في ١٢ أيلول ٢٠١٠، للمزيد ينظر الموقع: http://www.ar bsonline.com/

صورة المرأة العراقية في الإعلام بعد الاحتلال

د. عبد الهادي محمود الزيدي

مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي

مقدمة

تعرضت المرأة العراقية ضمن مكونات الشعب والبيئة والحياة العراقية عامة إلى كثير من الظلم والعدوان والتشويه بعد الاحتلال الأمريكي لهذا البلد في عام ٢٠٠٣، ولا تزال صور هذا الانتهاك والتشويه مستمرة متخذة طرقاً مباشرة أو بتجنيد الوسطاء والمؤيدين والمناصرين لهذا المنهج.

وقد اتخذ استهداف المرأة العراقية في وسائل الإعلام حصة كبيرة من هذا الهجوم السافر على حضارة العراق، واقعاً ومستقبلاً محدثاً الأثر العميق في تشويه الحقائق، وإبعاد الإعلام العراقي في هذه المرحلة عن واجبه الحقيقي في الدفاع عن المرأة وغيرها من ركائز هذا البلد المحتل، محركاً عن طريق قوة الإعلام الهائلة التي يمارسها الاحتلال الأمريكي ومن سانده إحلال قيم وتصورات جديدة وغريبة عن الوضع العراقي عامة والمرأة بشكل خاص.

ومن هذا الباب جاء هذا البحث لإبراز خطورة الإعلام الموجه للمرأة ودور الإعلام الهادف في التصدي له، وهو في أربعة مباحث، تناول الأول منها: مكانة المرأة في الإسلام.

وكان الثاني عن: صور استهداف المرأة المسلمة في الإعلام الغربي. ثم جاء المبحث الثالث عن صورة المرأة العراقية في الإعلام العراقي بعد الاحتلال لنصل بعد ذلك إلى المبحث الرابع ـ الأخير ـ وهو عن واجب الإعلام في الدفاع عن المرأة المسلمة.

ومع تشعب الموضوع وأهميته حاولنا بعون الله تعالى الإشارة إلى أهم الأفكار التي يمكن الانتفاع منها في موضوع البحث، راجين من الله تعالى التوفيق والسداد وخدمة مجتمعنا وقضايا الإعلام الإسلامي. والله ولي التوفيق.

منح الإسلام المرأة مكانة سامية ورفيعة القدر فحصلت على كامل حقوقها وإنسانيتها، ووضعها الاجتماعي اللائق بها في ظل هذه الشريعة السماوية الغراء، وحدد لها واجباتها التي ترسم لها آفاق مساهمتها في بناء المجتمع، والإسهام في منحه كل ما تملك لمساعدته في عوامل النهوض والتنمية والإبداع. وتلك مهمة الكائن الإنساني الذي يدرك دوره الذي خلقه الله له، بل إن مجرد تخلي أي إنسان عن تحقيق هذه الثنائية من الحقوق والواجبات يجعله هملاً لا قيمة له في الحياة.

ومن هذا الباب وضعت الشريعة الإسلامية المرأة في مكانها اللائق بها باعتبارها كائناً إنسانياً له قيمه العليا، فلا يمكن لأي مجتمع أن ينشأ على أركانه الصحيحة اجتماعياً من دون قيام المرأة بممارسة حياتها التي حددها لها المولى جل جلاله بالضوابط والأحكام الشائعة في الإسلام، من أطر عقائدية أو اجتماعية أو مظهرية وغيرها.

فقد ساوى الإسلام ـ بدءاً ـ المرأة بالرجل في جانب الأحكام الشرعية المؤدية إلى ثنائية العقاب والثواب التي أقرها الله تعالى: ﴿ وَمَن يَعْمَلْ مِنَ ٱلصَّٰلِحَٰتِ مِن ذَكَرٍ أَوْ أُنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُوْلَٰٓئِكَ يَدْخُلُونَ ٱلْجَنَّةَ وَلَا يُظْلَمُونَ نَقِيرًا ﴿١٢٤﴾ ﴾ [النساء: ١٢٤].

وغيرها الكثير من الآيات الكريمة ـ التي أشارت إلى هذا المفهوم، ومثلها من الأحاديث النبوية الشريفة التي منحت مكانة اجتماعية متميزة للمرأة، لم تكن تحصل ولو على جزء بسيط منها في الحضارات القديمة التي كانت تباع فيها المرأة مع المتاع في حالة موت الرجل، كما كان ذلك سائداً عند الرومان، أو تحرق مع جثة الرجل المسؤول عنها كما كان يحصل عند الهنود، أو ينظر إليها على أنها مجرد حاجة ثقيلة تباع وتشترى كما كان يحصل في الصين القديمة، أما ما يسمى (بعصر التنوير) في أوربا العصور الوسطى فقد حرمت المرأة فيها من أية حقوق إنسانية

وسادت النظرة إليها على أنها مصدر الشر والفساد في الكون.[1]

ولم تكن بعض القبائل العربية قبل الإسلام بحال أحسن من نظرائها في النظر إلى المرأة، إذ عرف بعضها بعادة (وأد المرأة) المشهورة.. والتي سجلها القرآن الكريم: ﴿ وَإِذَا ٱلْمَوْءُۥدَةُ سُئِلَتْ ﴿٨﴾ بِأَىِّ ذَنۢبٍ قُتِلَتْ ﴿٩﴾ ﴾ [التكوير: ٨ – ٩].

إذ كان بعض هذه القبائل العربية يدفن البنات وهن أحياء مخافة لحوق العار في الغزو أو مخافة الفقر، فهي لم تقتل بهذه الطريقة الوحشية إلا لكونها خلقت أنثى فهي مظلومة.[2]

وقد حرم ذلك الشرع الحنيف (فوأد البنات حرام في شرع الإسلام لا يجوز بأي حال من الأحوال).[3]

وقد منح الإسلام المرأة حق العيش بكرامة، وأجاز لها حق التنقل الآمن، وحرية السكن، وحق التعلم، وأجاز لها تعليم ما اكتسبته من علوم، ومنحها حق التجارة، وأباح لها السفر، ما دام ذلك كله ضمن ضوابط الشريعة المعروفة التي أعزت المرأة إعزازاً كبيراً جداً، وكل ذلك يسمى عند الفقهاء وعلماء القانون بالحقوق العامة. أما حقوق المرأة الخاصة فقد أنصف الإسلام المرأة فيها أيضاً فقد أباح لها حق اختيار الزوج، وحرية التصرف بأموالها الخاصة في إطار ثوابت الشريعة، وأدلة ذلك كثيرة منها:

قوله تعالى في ضمان الحرية الشخصية: ﴿ ۞ وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِىٓ ءَادَمَ وَحَمَلْنَٰهُمْ فِى ٱلْبَرِّ وَٱلْبَحْرِ وَرَزَقْنَٰهُم مِّنَ ٱلطَّيِّبَٰتِ وَفَضَّلْنَٰهُمْ عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا ﴿٧٠﴾ ﴾ [الإسراء: ٧٠]. ومما لاشك فيه أن المرأة هي من بني آدم فلا يحق لأي بشر سلب المرأة حريتها (فلا يجوز لأحد أن يسلبها منها، لأن في سلبها إهداراً لآدمية الإنسان واعتداءً عليه، وظلماً فاحشاً به)[4].

وعن إباحة التعلُّم وطلب المرأةِ العلمَ، قال تعالى: ﴿ قُلْ هَلْ يَسْتَوِى ٱلَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَٱلَّذِينَ لَا

يَعْلَمُونَ ﴾ [الزمر: ٩]. وقال رسول الله ﷺ ترغيباً لطالبي العلم: (من سلك طريقاً يطلب فيه علماً سلك الله به طريقاً من طرق الجنة، وإن الملائكة لتضع أجنحتها رضاً لطالب العلم..)[٥].

كفل الإسلام للمرأة حق ممارسة التعليم وتبليغ ما اكتسبته من علم ومعرفة، حتى إذا كان علماً دنيوياً، إذ لا يخلو من فائدة للمجتمع. قال تعالى: ﴿ ۞ وَمَا كَانَ ٱلْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُواْ كَآفَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَآئِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُواْ فِى ٱلدِّينِ وَلِيُنذِرُواْ قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوٓاْ إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴿١٢٢﴾ ﴾ [التوبة: ١٢٢].

أجاز الإسلام العمل للمرأة ضمن ضوابط الزي الشرعي، وتجنب الاختلاط وعند الضرورة اللازمة لذلك، قال تعالى: ﴿ هُوَ ٱلَّذِى جَعَلَ لَكُمُ ٱلْأَرْضَ ذَلُولًا فَٱمْشُواْ فِى مَنَاكِبِهَا وَكُلُواْ مِن رِّزْقِهِۦ ۖ وَإِلَيْهِ ٱلنُّشُورُ ﴿١٥﴾ ﴾ [الملك: ١٥]، وقد قال القرطي في تفسيرها: (إن الله تعالى جعل الأرض سهلة يمكن السلوك والاستقرار عليها، فامشوا في أطرافها وطرقها وفجاجها وحيث أردتم، وترددوا في أقاليمها بأنواع المكاسب والتجارات).[٦]

أوجبت الشريعة الإسلامية على المجتمع حق رعاية المرأة والعناية بها في أدوار حياتها كافة. وهذا المفهوم يوازي ما يعرف اليوم بحق الضمان الاجتماعي، فالإسلام دين يحث على التعاون والتكافل، قال تعالى: ﴿ وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلْبِرِّ وَٱلتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلْإِثْمِ وَٱلْعُدْوَٰنِ ۚ ﴾ [المائدة: ٢].

أما في مجال الأسرة فقد عني الإسلام أشد العناية بتكوين الأسرة وضمان حق المرأة فيها، وشجع علاقة الزواج القائمة على الرحمة والوئام: ﴿ وَمِنْ ءَايَٰتِهِۦٓ أَنْ خَلَقَ لَكُم مِّنْ أَنفُسِكُمْ أَزْوَٰجًا لِّتَسْكُنُوٓاْ إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُم مَّوَدَّةً وَرَحْمَةً ۚ ﴾ [الروم: ٢١].

بل نظم الإسلام جميع تفاصيل وعلائق الحياة الزوجية لكي تكون بمنأى عن العبث والتلاعب والفساد. فالإسلام (عني بتنظيم الصلة بين الجنسين في كل

أحوالها وأطوارها، وما يشتركان فيه، وما ينفرد كل منهما وفقاً لتكوينه الفطري بوظيفته في المجتمع الإنساني القائم عليه كليهما..)[٧]

ثم ينقل سيد قطب (رحمه الله) أصل الصورة الكلية التي رسمتها الشريع الإسلامية للمرأة بقوله: (أما أن المرأة شطر الإنسانية، وأنها صانعة الجنس البشري، وأنها حارسة العش الذي تدرج فيه الطفولة، وأنها الأمينة على أنفس عناصر هذا الوجود (الإنسان) وأن عملها في إتقان هذا العنصر لا يَعدِلُه عملها في إتقان أي عنصر آخر وأي جهاز..)[٨]

ان حرص الإسلام على تكوين الأسرة المسلمة لا لمجرد التكوين أو لمجرد قضاء الغريزة الطبيعية للكائن البشري، بل هي محاولة لتكوين مجتمع صغير قائم على عبادة الله تعالى، وتعظيم أحكام هذا الدين وشعائره، ثم امتداد ذلك إلى المستوى النفسي المستند إلى علاقة المودة والرحمة بين الزوجين، وإلى وجوب طاعة الزوج فيما ليس فيه معصية الله تعالى، ثم علاقة ذلك بعلاقات الاحترام والطاعة للأبوين، رحمة الكبير على الصغير والعطف عليه، واحترام الصغير للكبير وتوقيره.

وفي كل هذه المراحل الحياتية وضع الإسلام المرأة في المكانة التي تليق بها، وتضمن لها حق الاحترام والتوقير والعناية، فإذا كانت أماً وجبت طاعتها لأنها أحد الطرق المهمة الموصلة إلى الجنة. واذا كانت زوجة فالعطف عليها واحترامها فيه الكثير من الأجر والثواب، وإذا كانت بنتاً فهي تتمتع بحق الرعاية ومتابعة شؤونها وكفالتها الاجتماعية والاقتصادية والتربوية إلى أن يشاء الله في ذلك ما يشاء. والرجل عندما يقوم بتنفيذ هذا الواجب إزاء المرأة ضامن لثوابه من ربه الجليل، فهو إذن بسبب عنايته بأية صورة من صور العناية بالمرأة ورعايته لها قد يحصل على ثواب مولاه الجليل ورضاه.

وقد ارتبط ذلك كله بتصوير الأسرة الصغيرة المكونة من أفراد قلائل على أنها

وحدة مجتمعة لها دور فاعل ومهمة أساسية في تأسيس المجتمع المؤمن بالله والقائم على حدوده: (لقد وضع الإسلام أساساً متيناً لتكوين الأسرة القوية، وشرع لها الضمانات التي تؤدي إلى إنجاح عملية الزواج والإنجاب والتربية، حتى تكون الأسرة قادرة على مواجهة عملية التنمية والتغيير)[٩].

إن المرأة في إطار الإسلام وداخل حصنه الكبير المتقن الصنع عاملة، صانعة للحياة، كريمة، لها مكانتها في كل مفاصل الحياة، ولها قصب السبق في نيل المحبة والعطف؛ لما جبلت عليه فطرتها من رقة المشاعر، ورهافة حس، حتى وصفهن الرسول (صلى الله عليه وسلم) (بالقوارير) ولا يخفى على أحد ما تعبر عنه هذه الكلمة من جمال ووجوب رعاية.[١٠]

وعَدَّ الإسلام المرأة أحد عناصر الصمود والبناء المجتمعي الإسلامي، فهي بمثابة أحد حصون هذه الشريعة المهمة التي تستطيع من خلالها الحفاظ على قيم المجتمع وثباته على الدين، وهذا يثبت أهمية المرأة ومكانتها في الإسلام:

(يجعل الإسلام عمل المرأة في المحيط النسائي الواسع الكبير وهو محيط يملأ عليها عملها ويستغرق عمرها، فهي معلمة ومربية وممرضة وطبيبة وواعظة وداعية وموجهة وباحثة ومتكلمة ومخططة ومبرمجة ومنفذة، كما أنها زوجة مخلصة عفيفة وأم مربية وبنت بارة)[١١]

وقد أفرد القرآن الكريم سورة من سوره المباركات الطوال باسم (سورة النساء) وتفرقت العديد من المسائل التي اشتركت فيها النساء من باب الأحكام والقصص وغيرها، ثم إن الرسول ﷺ أوصى بالنساء خيراً في مرض موته (عليه الصلاة والسلام) الامر الذي يفسر بأنه التفاتة رحمة، ووجوب تعامل بالحسنى مع المرأة إذا كان المسلم يريد فعلاً الاقتداء بالمصطفى في وصيته الخالدة تلك. والمتأمل في عصري الصحابة والتابعين يجد المكانة المرموقة التي احتلتها المرأة المسلمة في

المجتمع بصفة معلمة مربية وداعية ومجتهدة وراوية حديث ومفسرة، حتى لا تجد مكانة مرموقة تليق بالإنسان المسلم إلا وقد سبقت فيه بعض النساء غيرهن من الرجال، في دلالة واضحة على أن المرأة لم تلق ولن تجد مثل الإسلام منهج حياة يمنحها الكرامة الإنسانية اللائقة بها، ويرسم لها حدود التصرف الاجتماعي المقبول، ويضع لها المكان المناسب في ترتيب أولويات من يجب أن يساهم في تحصين المجتمع من عوامل الهدم والفساد، ثم دورها الكبير في صنع الرجال الذين تقوم على سواعدهم نهضة الأمة وتتألق من بين هممهم العالية آمال الدفاع عن قيم الدين وأحكامه الخالدة.

لم يعد خافياً على أحد خطورة الإعلام ودوره الكبير في المجتمع من باب تشكيل القيم، وتعزيز الرأي العام وتوجيهه الوجهة المطلوبة، ولا يخفى دوره الكبير في تشكيل الاتجاهات والقيم والعادات التي شملت كل المجالات، فقد أصبحت وسائل الإعلام جزءاً رئيساً من المكون الأسري في كل مجتمعات العالم، وما كان سابقاً من كيانات أو مؤسسات اجتماعية أو غيرها يمكن أن تحقق غاية الفرد في الإشباع الإعلامي (الأخبار والترفيه والثقافة وغيرها) أصبح اليوم يحتلها الإعلام خاصة (جهاز التلفزيون الخطير) كبديل عن هذه المؤسسات الأسرية أو القبائلية أو حتى مجتمع العلاقات العامة في بعض الدول.

وقد ساعدت امتيازات وسائل الإعلام في سهولة انتشارها، وسرعة وصول الأخبار والمعلومات عن طريقها، ورخص أثمانها في هذه السيطرة الاجتماعية ضمن نظام الأسرة الصغيرة، ثم امتداداً منها إلى المجتمع. ولاشك أن المرأة جزء كبير لا ينفصم عن هذا النسيج الاجتماعي الكبير، بل إن نسبة وجود الإناث وهي أعلى من الذكور وتوافر ساعات التلقي عن الفضائيات أكبر من توفرها عند الذكور في معظم المجتمعات، ساعد في زيادة ساعات التلقي الإعلامي للمرأة، مما أثر أكثر في بلورة قيم ومفاهيم جديدة كان لها أثر كبير في خداع المرأة وحرفها عن ما يشغلها فعلاً إلى التوافه من الأمور والهوايات والاهتمامات. وقد قاد هذا بالضرورة إلى تخصيص المساحات الأكبر في كثير من وسائل الإعلام للأسرة والمرأة تحديداً؛ لضمان أكبر عدد من نسب إقناعها واقتيادها إلى حيث يريد مخطط الإعلام والمشرف على إعداد الرسالة الإعلامية. فيكاد يكون إجماعاً بين المتابعين والمهتمين بشؤون الإعلام أن صورة المرأة المقدمة في وسائل الإعلام أساءت إلى المرأة، وقدمتها في أرخص صورة ممكنة، فتأملت معها على أنها أداة للعرض والدعاية، حتى انشغل العالم في سنواته الأخيرة في ملكات الجمال والفنانات اللواتي

يلزمن بالظهور في مشاهد خادشة للحياء كجواز مرور للشهرة، بل إن معظم ما تقدمه وسائل الإعلام عن حقوق المرأة ومشاركتها الفعلية في المجتمع مجرد تخدير وتلطيف للصورة القاتمة.*

ولا نغفل عن حقيقة مكانة المرأة ودورها الكبير في المجتمع مما جعلها -إن لم تكن واعية بما يكفي- وسطاً ناقلاً للمفاهيم الإعلامية، فسارع ذلك في سرعة تغيير المجتمعات كما يريدها الإعلام لها، وقد ادرك ذلك قبل غيرهم المخططون للإعلام والمحدودون لسياساته، وأدركوا دورهم الخطير في تغيير القيم والاتجاهات والتأثير في المرأة وغيرها نحو وجهة النظر المقصودة.

(فإذا عرف الإعلامي أن وظيفة الإعلامي مثل وظيفة الأخصائي الاجتماعي وإمام المسجد، وهي محاولة تغيير سلوك الناس بما يتفق مع صالح المجتمع، ومن الضروري أن يتفق صالح المجتمع مع الدين.. وإنما الأسلوب النفسي السليم لترشيد مثل هذه العادات والقيم هو الظهور بمظهر المؤمن مع إبراز مساوئها شيئاً فشيئاً، مع الإشارة غير المباشرة إلى بديلاتها الأفضل منها.. ومن ثم فإن القراء أو المستعمين أو المشاهدين سوف يسيرون خلفك كإعلامي باعتبارك الأخ الأكبر بالنسبة لهم [١٢]).

وقد أدرك هذا الدورَ الخطر للإعلام وإمكانية وصوله إلى توجيه المرأة وغيرها، حتى تكون عنده في مرتبة الاخ الأكبر، دهاقنةُ الإعلام الغربي، وأدركوا مضافاً إلى ذلك أن المرأة المسلمة الملتزمة بالإسلام، والمتمتعة بمكانتها السامية في ظل هذا الدين، يجعل منها عقبة أمام أي تغيير قيمي أو حضاري، وإذا أضيف إلى ذلك أن أسلوب الاستعمار العسكري لم يعد ناجحاً كنجاح خطط الغزو الفكري والحملات الإعلامية، تصبح النتيجة أن تغيير ولاء المرأة المسلمة لدينها ضرورة لازمة لأي تغيير يراد منه إخضاع المجتمع الإسلامي كله إلى الفكر المعادي. ومن

هنا كثر الاستهداف الإعلامي للمرأة عبر صيغ وأساليب مختلفة، بدأت بالمناداة لخلع الحجاب، ومرت بأسلوب التباكي على أحوال المرأة في الدول الإسلامية، وانعطفت على إقناع وإجبار نظم سياسية عدة لإجبار المسلمات على خلع الحجاب، والهجوم الإعلامي الشرس على أي تجمع إسلامي، أو مظهر إسلامي يمكن أن ينفع المرأة ويزيدها تمسكاً بالإسلام (لقد كان من أهم أسرار قوة العالم الإسلامي في عصوره الزاهرة، ومقاومته لكل لون من ألوان الفناء في عصور الانحطاط، واستعصائه على الترويض للانخراط في الفكر الغربي، يكمن في احتفاظ الأسرة المسلمة بزيها الإسلامي البعيد عن التحلل والفساد. ولم يغفل أعداء الإسلام عن ذلك، فأخذوا يصوبون سهام حقدهم إلى الأسرة المسلمة بغية إفسادها، وينسبون سر تاخر المسلمين إلى حجاب المرأة المسلمة..)[١٣]

ولهذا سعى الغرب لمهاجمة قيم المرأة المسلمة وإظهارها على أنها فارغة من العقل والحكمة، ووصفها بالجهل والسعي وراء الرغبات الشهوانية، حتى تصبح مجرد شهوة أو عاطفة بربرية بلا عقل أو منطق أو نزعة تربوية، فأصدر الروائي (موريس بارس) روايته (جنة على نهر العاصي) التي تظهر فيها صورة المرأة المسلمة في أعلى درجة ممكنة من الانحطاط العقلي والتربوي والاجتماعي، وقد أعادت جريدتا (المدى والاتحاد) العراقيتان نشر هذه الرواية في عام ٢٠٠٨م، ووزعت مجاناً مع الإصدار اليومي لهما، في محاولة تشير إلى حجم التغلغل الغربي في عقول مثقفينا حتى أصبحوا أبواقاً تصدح بما يفكر به هؤلاء. يقول هذا الروائي: (ألم تخبرني أن المسيحيين يحترمون النساء أكثر من العرب) في حوار بين شخصيتين فيها، في ص ٧٥منها، ثم يصور المرأة المسلمة خائنة لدينها والمسلمين، فتقرر تسليم القلعة وهي زوجة حاكمها إلى الصليبيين الذين حاصروها، فترسل رسالة إلى قائدهم بذلك: (وصلتني بطاقة باللغة العربية تقول: (لم يبق إلا ساعات حتى يكون الحصن في قبضتك، فإذا دخلت الحصن فأسرع إلى غرفة الكنوز من السراي في البرج

الرئيس، ودق بابها الحديدي اثنتي عشرة دقة على دفعتين، وستجد في داخله امرأة هي التي كانت قد حيتك ذات مساء، ونادت وهي تلوح بمنديلها إليك.. إنها ستفتح لك وتسلم إليك وحدك، يا فارس المسيح، حياتها وثروة القلعة)[١٤].

فأي صورة إعلامية وفكرية وضع فيها الأدب والإعلام الغربي المرأة المسلمة أردأ من هذه الصورة التي ترسم حدود خيانة عظمى لامرأة تخون دينها وقومها وهي زوجة حاكم الحصن؟.

وقد سعى الإعلام الغربي إلى مخاطبة وتشويه صورة المرأة المسلمة بشكل مباشر، وإظهارها في الإفلام والطروحات الإعلامية بالجاهلة المتخلفة التي ترتدي الحجاب تمسكاً بالقديم، وأن الحجاب أحد أسباب تأخرها عن النهوض والتقدم في مسيرة العلم والحضارة والتطور، وتؤثر هذه البرامج الإعلامية والأفلام تأثيراً كبيراً على الأسرة والمرأة بشكل خاص، فقد أشار الشيخ (بشير بن فهد البشر) في كتابه: (أساليب العلمانيين في تغريب المرأة المسلمة) إلى أن منظمة اليونسكو أجرت دراسة لمعرفة تأثير هذه المواد الإعلامية على الأسرة من خلال ما تعرضه من قيم وأعراف فتوصلت من خلال دراسة (٥٠٠) فيلم طويل أن موضوع الحب والجريمة والجنس شكل (٧٢٪) منها، وأن (٦٨٪) من أفلام دراسة أخرى ثبت أنها تنشر مشاهد الجريمة والعنف ومحاولات القتل.

واستهدفت المرأة من خلال الإعلام المعادي للإسلام سواء كان منشؤه غربياً أو متأثراً بالغرب، ممثلاً حملة شاملة لتسلخ المرأة عن عقيدتها ودينها لتحقيق الأهداف الآتية:

١- رفض حقيقة وجود اختلاف أو تمايز بين الرجل والمرأة والقضاء على هذه المفاهيم.

٢- تحقير دور المرأة المتفرغة لرعاية أطفالها والمتفرغة لعمل البيت.

٣- الدعوة إلى التعليم المختلط والمناداة بتدريب المرأة في المجالات الصناعية.

٤- وصف الأمومة بأنها وظيفة اجتماعية.

٥- عدم توجه المرأة إلى عمل المرأة التقليدي.(١٥)

إن النجاح والفشل في تحقيق الأهداف السياسية والفكرية يتدخل فيه إلى درجة كبيرة التمكن من الإعلام وحسن سياسة الحملات الإعلامية وإدارتها والنجاح في تسخير وسائل الإعلام لتحقيق الهدف المطلوب. إلا أن قوة وضخامة الهجوم الإعلامي والفكري الغربي على ثوابت الأمة الإسلامية زاد من تخبط السياسة الإعلامية العربية والإسلامية، ففقدت عوامل التوازن والحكمة في إدارة المعركة الإعلامية مع الغرب (إن كثيراً من برامج الإعلام العربي الطائشة ومسلسلاته الباردة الساذجة، لا هدف من ورائها إلا مجرد الإضحاك والتسلية وتضييع الأوقات، حتى فقدت الأمة اتزانها، وتخلت عن رسالتها، ولم تكد تعي معنى الجد إلا من خلال قوانين اللهو باعتماد هذه السياسة الإعلامية العقيمة، بينما تمكن أعداؤها من توظيف اللهو لخدمة قضاياهم الجادة، وتلك هي المفارقة الحقيقية في معادلة النصر والهزيمة).(١٦)

وعمل الغرب بشكل مباشر على حرمان المرأة المسلمة من الاستفادة الإعلامية الدعوية من خلال منع أو محاربة الدعاة أو الداعيات المسلمات، وتشويه صورهم أمام الملأ، وخير مثال على ذلك الطريقة التي عومل بها الداعية (عمرو خالد) فيما نشرته عام ٢٠٠٣ جريدة الوطن السعودية وأذاعته شبكة تلفزيون العرب حيث تعرضت قناة (اقرأ) الفضائية إلى ضغوط غربية وأمريكية مُنِعَ على إثرها هذا الداعية بالظهور على شاشات التلفزة، وأشيع آنذاك أن مواقفه التي فضحت أساليب الأمريكان وإعلامهم المهاجم للمسلمين، وأسلوبهم الفظ في التعامل مع حرب العراق، أدى إلى نشوء هذه الضغوط التي نجحت فترة طويلة في منع ظهور

هذا الداعية على القنوات الفضائية، وأشارت الداعية التونسية (سنية المنصوري) في تصريح لشبكة (إسلام اون لاين) في ٢٠٠٣/٧/٣١ إلى تأثير القنوات الدينية والدعاة المسلمين في المجتمع بقولها:

(إن وجود قنوات فضائية إسلامية أمثال اقرأ والمجد وغيرها من الفضائيات قد مثل مصدراً بديلاً للمعرفة الإسلامية وللفتوى الدينية، خصوصاً لدى الفتيات والنساء في ظل غياب الدعاة والوعاظ عن المساجد والبرامج الإعلامية المحلية، بسبب التضييق الأمني الذي تمارسه السلطات التونسية ـ كما أن الدعاة من أمثال عمرو خالد وحبيب علي الجفري قد تحولوا إلى شخصيات مؤثرة في أوساط اجتماعية كبيرة بتونس)[١٧].

واستمر الاستهداف الغربي للمرأة المسلمة والأسرة المسلمة إعلامياً من خلال استمرار الضغوط السياسية على حكومات البلدان العربية والإسلامية، وتوجيهها لصد التيارات الإسلامية، والعمل على إجهاض التوجهات الملتزمة والحريصة على تطبيق الدين، وكذلك الضغط على النساء الملتزمات والداعيات إلى الله باستمرار، وعرض الصور المشوهة للمرأة المسلمة في الإعلام، ووصل الأمر إلى تغيير القوانين الخاصة بالمرأة، وتوجيه السياسات الإعلامية لهذا الغرض، وتم توظيف وسائل الإعلام لتطبيق القوانين الغربية الخاصة بالأسرة والمرأة والمعدة في المطابخ الغربية. وهكذا نشر الإعلام المغربي ما يسمى (الخطة الوطنية لإدماج المرأة في التنمية) في ١٩٩٩/٣/١٩. ووجهت الأوامر إلى الإعلام المغربي صحفاً وشاشات وإذاعات لشرح هذه الخطة، وتشجيع الناس على تنفيذها، مع أنها جزء من مخطط غربي يهدف إلى فرض النموذج العلماني في العلاقات الاجتماعية والأسرية، وتعديل قوانين الأسرة لتتماشى مع هذه القرارات الغربية. ولم يسكت الإسلاميون عن هذا التوجه فهاجمت المنظمات الإسلامية، وعارض المفكرون الإسلاميون ما يراد فعله في المجتمع المغربي، ومازالت المعركة محتدمة حتى الآن مع أن الغلبة الإعلامية وما

يروج فيها من رسائل إعلامية التي تخدم هذا المشروع تجري في مصلحة الدولة.

وملخص ما تدعو إليه هذه الخطة الغربية وتروج لها في الإعلام: رفع سن الزواج من ١٥ سنة إلى ١٨ سنة، وتقاسم الممتلكات في حالة الطلاق، وإلغاء تعدد الزوجات، وإضفاء الاختيارية على وجوب حضور ولي المرأة عند الزواج.

وفي مصر وجهت وسائل الإعلام لتكون مرآة عاكسة للرغبة الغربية في تقويض عش المرأة المسلمة الهانىء، فناقش مجلس الشعب المصري في كانون الثاني عام ٢٠٠٠ مسألة إجراء تعديلات جوهرية على قانون الأحوال الشخصية المعنية بالمرأة المصرية، وأبرزها قضايا: الخلع والطلاق في الزواج العرفي، وسفر المرأة إلى خارج البلد، ومحكمة الأسرة، وإلغاء المعارضة كطريقة من طرق الطعن.

واتاحت هذه القوانين حق المرأة في الطلاق لعدم توافقها مع الزوج بشرط تنازلها عن حقها في النفقة الشهرية، واعترضت معظم النساء المصريات على ذلك باعتبار أن هذا القانون لا يخدم إلا النساء الثريات فقط.[١٨]

ومثل هذا الأمر جرى في الجزائر، إذ نادت جهات عدة إلى طرح مسودة قوانين جديدة لاستبدال قانون الأسرة الصادر عام ١٩٨٤م، وطرحت مشاريع الاستبدال أفكاراً غربية واضحة لسلخ المرأة المسلمة من عقيدتها ودينها، وحاول المروجون لها تقوية مطالبهم هذه بحملات إعلامية تشوه صورة المرأة المسلمة في الجزائر، وتدعوها للانقلاب على الشريعة الإسلامية، وتدعوها لمحاربة أحكام المواريث والزواج والطلاق وغيرها مما جاءت به الشريعة الإسلامية، وقام العلمانيون بما يمتلكونه من خبرة إعلامية ومؤسسات إعلامية، بشن هجمات وحملات كثيرة لتطبيق القوانين الجديدة التي تركز على أمور أبرزها: (التبجح بإقرار حقيقة مساواة المرأة بالرجل دستورياً، وهو أعلى قانون في البلاد، وهو ما يوهم بوقوع حيف من الإسلام عليها /إخضاع الأسرة الجزائرية تدريجياً للقانون الوضعي لئلا يبقى

للشريعة نفوذ في المجتمع / إعادة صوغ الأسرة الجزائرية ومن ثم المجتمع على النمط الغربي المتهاوي / إظهار سماحة الإسلام بمظهر الظالم للأسرة وللمرأة وللأطفال..)[١٩].

وحاربت وسائل الإعلام الجزائرية خاصة ذات التوجه الإسلامي إقرار هذا القانون، ودعت الأهالي إلى التحرك لحماية أسرهم، ورفض القرارات الفوقية المفروضة من الغرب، فأحدثت نوعاً من التأثير في الاتجاه الفكري وتعزيز التيار الرافض لدى بعض السياسيين وقادة الرأي، وهي إشارة إلى فاعلية الإعلام وتأثيره العام في المجتمع.

إن مسلسل الغرب الإعلامي في استهداف المرأة المسلمة مستمر بلا هوادة أو خط رجعة، منطلقين من أهمية الإعلام وخطورته في قيادة الرأي العام وتوجيهه، وقد أدرك الغرب خطورة اجهزة الإعلام على المجتمع فامتلكوها لكسب الصراع مع الإسلام وغيره من الحضارات التي تعاديهم، فأطلقت دول غربية عدة محطات فضائية لكسب الرأي العام في البلاد العربية والإسلامية، ولاستمرارها في استهداف القيم والمرتكزات الأخلاقية لدى المرأة والأسرة المسلمة، فأسست أمريكا (قناة الحرة الفضائية) لتحسين صورتها المشوهة في البلدان العربية وسعى ربيب الغرب: الكيان الصهيوني إلى امتلاك قناة فضائية ناطقة باللغة العربية تخصص لتجميل صورة الكيان الغاصب أمام العالم العربي، وإظهار المقاومة الفلسطينية بمظهر الإرهاب والقتل الدموي.

إنها سياسة الدهاء التي يعتمدها الغرب في كسب المعركة إعلامياً بعد أن أصبح ضجيج المعارك العسكرية لا يمكن كتمه عن الأنظار والأسماع، منطلقين من عقلية وفكر طامح لإخضاع العالم كله: (إنها بوضوحٍ شديدٍ عقدةُ الاستعلاء، والهيمنة الحضارية التي تجعل من التمرد على الأخلاق، وإلغاء مؤسسة الاسرة

والزواج، وإشاعة الزنا والفاحشة والإجهاض، وكل ألوان الشذوذ الجنسي والانحراف الأخلاقي لتجعل من ذلك كله قيمة إنسانية نبيلة تستحق أن تكون ثقافة أممية مشتركة تسود العالم).[٢٠]

وكان القرآن الكريم الذي منح المرأة مكانتها التي تستحق من الرقي والسمو، وهو الكتاب المفصل والمبين لكل شيء قد لخص سلوك أعداء الإسلام من الغربيين أو من شاكلهم بقوله جل جلاله:

﴿ يُرِيدُونَ لِيُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَاللَّهُ مُتِمُّ نُورِهِ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ (٨) هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ (٩) ﴾ الصف: ٨ - ٩.

وما يعمل من خلاله الإعلام الغربي ما هي الاّ محاولات لتحقيق هذه الغاية التي يستهدف من خلالها المرأة وغيرها من مفاصل المجتمع الإسلامي.

المبحث الثالث: إعلام المرأة العراقية بعد الاحتلال

لم تكن حال المرأة العراقية بأفضل من نظيرتها العربية المسلمة من زاوية النظر المعنية بالاستهداف الإعلامي، فهي لم تخرج أيضاً من أطر التشويه، أو تقليل الشأن، أو التعامل معها على أنها ليست بذات قيمة فكرية أو عقلية أو ذات شأن، إلا بما وظفت به صورة المرأة في الاعلانات الداعمة لخطط قوات الاحتلال، وبرامجها الإعلامية الموازية للأهداف الإعلامية للحكومات العراقية المتعاقبة. ولصعوبة متابعة الفضائيات الأمريكية والأجنبية بشكل عام، أو بقية وسائل الإعلام الأخرى كالصحافة ومواقع الانترنت، سنخصص ملاحظاتنا في هذا المبحث على الإعلام العراقي، وخاصة الفضائيات العراقية؛ للوقوف على صورة المرأة العراقية فيها، وأنماط التعامل مع قضاياها ومشاكلها. أما الفضائيات العربية أو المعنية بالشأن العراقي فلا نكاد نلمس صورة واضحة فيها عن المرأة العراقية إلا فيما يرد من ذكرها في نشرات الأخبار كمواطنة عادية، أو كجزء من المجتمع العراقي المتأثر بأجواء الاحتلال، أو ما ندر منها حين تخرج كسياسية أو ذات شأن ما في المجتمع، وهناك بعض الأفلام الوثائقية أو برامج الحوارات تعرض بين فترة وأخرى متناولة هموم ومشاكل المرأة العراقية في قنوات الجزيرة، العربية، الحرة، أو غيرها) ولقلتها وتباعد السقف الزمني في عرضها فهي لا تصلح للدراسة والمتابعة إلا من باب الإشارة فقط.

كما أن الملاحظ على بحوث الإعلام ودراساته المكتوبة عن المرأة أنها خلت – في الغالب – من إيراد وجهة نظر المرأة ذاتها فيما يقدم عنها من صور في وسائل الإعلام لبيان وجهة نظرها، وإيضاح مدى التوافق بين ما تظهر فيه المرأة عموماً في هذه الوسائل وبين واقعها الفعلي وحياتها اليومية بكل ما فيها من تفاصيل. بل إن بعض الباحثين أشار إلى أن المرأة العراقية تحديداً غير راضية عن صورتها في الإعلام نتيجة تقديمها في الغالب في إطار سلوكي غير منضبط اجتماعياً، وأقرب

إلى الإشارات الأخلاقية غير المنضبطة بقيم وأعراف المجتمع العراقي.*

إن خطورة وسائل الإعلام والفضائيات بشكل خاص تتجلى في كونها تعمل بشدة وحزم وعمق زمني على مخاطبة القيم والأعراف السائدة، لاستبدالها بقيم أخرى جديدة، بما يعرف بنظرية (التغيير المعرفي) التي تستهدف تغيير المعارف والقيم السائدة في قضية أو صورة ما، وكذلك نظرية (التغيير التراكمي) التي تنظر للإعلام على أنه يقوم بتغيير الصور والمعارف والقيم المعتادة بكثرة تكرار عرض الصورة البديلة حتى تصبح واقعاً سائداً ومقبولاً بعد فترة قد تطول أو تقصر.

فالصورة العامة السائدة عن المرأة العراقية في الفضائيات العراقية هي صورة ذات بعدين: الأول: صورة المرأة الأم التي تمثلها ربات البيوت في الأغلب، أو ذوات العمل البسيط في الأسواق أو مؤسسات الدولة، ممن لا يحملن شهادات تعليم عالية، وتظهر هذه الصورة في أغلب برامج الخدمات العامة كالكهرباء وغيرها بصفة متذمرات، أو في أخبار الانفجارات، أو حوادث التهجير القسري باعتبارهن ضحايا هذه الأفعال.

والصورة الأخرى تشغلها في الأغلب المرأة العاملة في إطار السياسة العامة للدولة من ذوات التمثيل السياسي، وتطغى عليها صور النساء العلمانيات أو غير المسلمات، وكذلك صورة المرأة العاملة في الإعلام الفضائي وما كان قريباً منه.

أما الدراما العراقية فمنذ بدء الاحتلال وحتى الآن - لم تقدم فيها أعمال جماهيرية يمكن أن نقرأ فيها صورة متميزة للمرأة العراقية إلا في (مسلسلين تلفزيونيين) سنقف عندهما لاحقاً إن شاء الله، مع الأثر المؤقت الذي تركته هذه النماذج، فانتهت بانتهاء فترة عرض المسلسل. ولم تشذ عن هذه الصورة والحالات من نماذج المرأة العراقية في الفضائيات إلا شواهد نادرة نرى أنها لم تترك أثرها طويلاً في ذهن المشاهد والفضائيات التي نعنيها هنا في ملاحظاتنا هي (الشرقية،

العراقية، البغدادية، بغداد، السومرية، الفرات، الحرة عراق، فهي مع كونها أمريكية التمويل إلا أنها موجهة للعراق) أما بقية المحطات الفضائية العراقية الأخرى فهي ليست بذات تأثير قوي على الجمهور العراقي كالمجموعة الأولى، ولم تبرز فيها صورة المرأة العراقية بشكل واضح يؤهلها لإبداء الملاحظة وهي: (الرافدين، بلادي، البابلية، السلام، الديار).

لقد وقعت المرأة العراقية صريعة بين نوعين من الإعلام العراقي الفضائي، الأول منه ما كان انعكاساً للعنف، وفقدان الأمن، واضطراب الشارع العراقي، مع المبالغة بسبب جرائم الاحتلال، والمليشيات المسلحة، والمظاهر العسكرية المختلفة، فأثر على الاستقرار النفسي والاجتماعي للمرأة، وجعلها فريسة لصراعات داخلية مريرة، انعكس على سلوكها اليومي، وقلل من درجة مساهمتها في خدمة عائلتها ومجتمعها.

والنوع أو النمط الثاني من الإعلام العراقي الذي له علاقة وثيقة بالمرأة هو الإعلام المُزَوِّر ـ بكسر الواو ـ أو المُشَوِّه لحقيقة ما يجري من صراعات وأحداث، فسعى هذا الإعلام إلى تصوير المجتمع العراقي في صورة بعيدة عن الواقع كلياً بل منقطع تماماً، تراه المرأة في الشارع، أو تسمعه، أو تقف عليه عبر علاقاتها الاجتماعية العامة، فعكس هذا الإعلام صورة وردية لواقع ومستقبل البلد، رسم ملامح مجتمع يطغى عليه التفاؤل إلى درجة الخداع والتزوير، فوقعت المرأة كبقية قطاعات المجتمع ضحية هذا الزيف الإعلامي، وأصابها الذهول والتمزق الفكري والنفسي من ازدواجية نبعت في داخلها بسبب ما ترى في هذا الإعلام وبين صورة الواقع المؤلم.

وقد يبرز سؤال في ذهن أي واحد منا: إذا كان تصوير الواقع ليس صحيحاً أو تزويره ليس كذلك أيضاً فما الحل المناسب والصحيح؟

ونقول إجابة عن هذا السؤال: إن تصوير الواقع بصدق وواقعية مع التركيز على هدف بناء النفس والمجتمع ينبغي أن يكون رائدنا في التعامل الإعلامي، فمنهج الإعلام الهادف هو ليس المبالغة في عرض ما يجري أو تزوير الأحداث، بل التعامل الصادق والموضوعي مع الحدث هو المعول عليه في هذا الاتجاه. (فالصدق في الخبر التزام ديني وخلق إعلامي، وهذا الهدف يميز الإعلام الإسلامي، فالإسلام يلزمنا بالتمسك بالصدق، والإخلاص في الرأي والنصيحة هو الذي يؤدي إلى القضاء على ظاهرة العنف الاجتماعي.[٢١]

في الوقت الذي يجب على وسائل الإعلام تعليم المشاهد – والمرأة في الطليعة – المتابعة الواعية للرسائل الإعلامية وإخراجها من النمط السلبي الذي تتعامل به معظم النساء مع وسائل الإعلام.*

وسنعرض أدناه إلى هذين النمطين من الإعلام العراقي في شيء من التفصيل.

أولاً: نمط الإعلام الفضائي المروج للعنف والمبالغ فيه إلى درجة تفقد المتلقي اتزانه السلوكي، واستقراره النفسي، وتزعزع مكانته الاجتماعية، وقد بدت آثار هذا الإعلام بشكل لافت للنظر على المرأة العراقية، وهو شيء طبيعي لكون المرأة بشكل عام عاطفية، وذات مشاعر مرهفة، وتمتاز بالرقة وسرعة التأثر أكثر من الرجل. إن مشاهد الدم والقتل اليومي، والإرهاب المتواصل في الإعلام الفضائي خاصة، استقر في وجدان المرأة العراقية، وانطبعت مشاهد هذا العنف اليومي في عقلها، فسد عليها منافذ العيش الآمن، والتفكير المطمئن، فإن تكرار هذه الصور واستقرارها في الذاكرة الحية يجعل منها قواعد ثابتة في الذهن تعاود الظهور بين فترة وأخرى مسببة إرباكاً في المسيرة، وقلقاً في التعامل مع الأحداث اليومية، والتباساً في زوايا النظر إلى المواقف والأشياء.

وقد زاد من خطورة وفاعلية واستعداد هذه القنوات الفضائية للتركيز على

مشاهد العنف والمبالغة فيها هو أنها كانت تجري بالفعل، فإذا أضيفت لها عناصر المبالغة والتهويل أصبحت الرسالة الإعلامية فاعلة ومؤثرة جداً خاصة عند النساء؛ لابتعاد طبيعتهن الفطرية عن العنف والقتل والدمار أكثر من الرجل.

(تتعرض المرأة على وجه الخصوص إلى التمييز والعنف وقت النزاعات المسلحة والحروب على وجه التحديد، لغياب التشريعات التي تحافظ على المرأة في هذه الأوقات من جانب، وتتصدى بحزم إلى من يتعرض لها للمساءلة القانونية والقضائية والعقابية مما يحد من هذه الظاهرة من جانب آخر).[٢٢]

فاذا أضيف لذلك حقيقة الواقع الذي أفرزه الاحتلال في إحداث أكبر قدر ممكن من الدمار، فيصبح ذلك بالتأكيد واقعاً يصعب التعامل معه: (إن تخريب العراق، وتصفية العقول العراقية، هو الهدف الأساسي لهذه الحملات، وإن سلطات الاحتلال والمخابرات المركزية والموساد الإسرائيلي والمخابرات الإيرانية كلها متورطة في التصفيات إضافة لميليشيات الأحزاب التي جاءت مع الدبابات الأمريكية [٢٣]. ومن نماذج هذه البرامج التي روجت لمفاهيم العنف وما تعلق به من خواطر اجتماعية أو نفسية سلبية أثرت في المرأة العراقية وساهمت في قلب كيان القيم والأخلاق لديها برنامج (الإرهاب في قبضة العدالة) الذي كانت تعرضه قناة العراقية الرسمية، أو التي يفترض بها أن تكون كذلك، فقد كان يعرض نماذج ثبت إجبارها على الاعتراف، أو دفعت لذلك ترغيباً لتساهم في تشويه صورة الفرد والمجتمع العراقي، عارضاً لنماذج وقصص أصابت صورة المرأة العراقية بالتشويه والرعب مما يحيط بها، نتيجة عرض أشخاص تعرضوا بالفاحشة لنساء من محارمهم، أو نساء أخريات ممن تعرض لهن هؤلاء بالاختطاف أو الاغتصاب أو الابتزاز، وفي هذه الصور أثر عميق على نفسية المرأة وإثارة هواجس الخوف والقلق والرعب في نفسية المرأة العراقية ، وقد امتاز هذا البرنامج من بين برامج قناة العراقية الأخرى بصفة إثارته وترويجه للعنف والجريمة والمبالغة في

ذلك، أما بقية برامجها فقد اتسمت بصفة تزوير الواقع المؤلم، واستهداف المتلقي بالخداع، والابتعاد عن التغطية الصادقة للواقع.

وكان من الأولى لهذه القناة التركيز أو الإشارة إعلامياً على قضية المعتقلات العراقيات في سجون الاحتلال أو الداخلية، والتي فاحت روائح الانتهاك الإنساني والجسدي والنفسي فيها حدود التصور، إلا أن هذه القناة الفضائية - التي يفترض أنها لسان حال الشعب العراقي - لم تقدم شيئاً يذكر في هذا الإطار، وبقيت برامجها تنحو منحى طائفياً، كما حدث في برنامج (الإرهاب في قبضة العدالة) المذكور آنفاً والذي استهدف عرض المعتقلين أو المتهمين من مكون طائفي واحد يهدف إلى تشويه السمعة وإحداث التنازع الطائفي.

أما قضية (صابرين الجنابي) التي شاعت في ظروف أزمة سياسية مرت بالبلد آنذاك فقد كذبتها (قناة العراقية وقناة الفرات) بعد التجاهل لأول وهلة.

وأيدت روايتها وشددت في الإشارة إليها قناتا (بغداد والشرقية) وضاع الصدق في الحدث على المتابع، ولم تحصد المرأة العراقية من الحادثة إلا على تشويه سمعة غير مبرر، وعلى خدش للحياء، وعرض قضية قيل إن من أنكرها ومن روج لها قد كان ذلك كله لأسباب سياسية، وتصفية حسابات بين جهات سياسية. وملخص القضية ادعاء هذه المرأة أنها تعرضت للاعتداء والإجبار على ممارسة الفاحشة مع ضباط في الداخلية العراقية بعد اعتقالها؛ لشبهة مساندتها لأعمال (إرهابية) ثم أخفيت القضية إعلامياً بعد ضجة كاسحة على ساحات الإعلام وكأنها شيئاً لم يكن مطلقاً. بينما تجاهلت معظم المحطات الفضائية العراقية قضية الفتاة العراقية (عبير) التي قام جنود الاحتلال باغتصابها وحرقها مع عائلتها في مدينة المحمودية، وهذا يؤشر إلى حجم التغلغل المعادي في هذا الإعلام.

لقد امتد الترويج للعنف في وسائل الإعلام والتركيز إلى درجة فاقت الحد

الحاصل به فعلاً على أرض الواقع. ولهذا الامتداد أثر نفسي سيئ على صحة المرأة وانتشار الأمراض النفسية، كالقلق والكآبة، وإلى تزايد الأمراض العضوية كذلك، إضافة إلى قلق الأسرة العراقية على أبنائها، مما دفع الكثير من العوائل العراقية إلى إجبار بناتهن على ترك الدراسة في كثير من المدن العراقية: (فلو نظرنا إلى وضع المرأة في ظل الاحتلال لوجدنا تردياً في الوضع الصحي، يؤشر إلى توقف الحياة عند الولادة بحسب مستوى المرض، ومدى تأمين الخدمات الصحية، ومدى إفادة المرأة من هذه الخدمات، أما تراجع وضع المرأة التعليمي فدلالته تفاوتُ مستويات تسجيل الإناث في المراحل الدراسية المختلفة، والتي هي دون مستويات تحصيل الذكور..)[٢٤]

إن الترويج لمشاهد العنف والدم والدمار في الإعلام العراقي والمبالغة فيه، لاشك أنه يخضع أحياناً إلى سياسات إعلامية مؤقتة أو دائمة خاصة إذا كانت الوسيلة الإعلامية - وهي القناة الفضائية - هنا تنتمي إلى تيار سياسي أو فكري معارض للكتلة السياسية الحاكمة التي ربما تلجأ للعكس من ذلك في ظرف أو حدث ما لإقناع المشاهد بالأثر القليل الذي يتركه هذا العنف.

ولكن المحصلة النهائية تشير إلى أن الأثر التراكمي الإعلامي الذي تخلفه هذه المشاهد الدموية واضح الأثر في نفسية المرأة العراقية، ولاسيما أن قنوات عدة ما زالت تعمل على ذلك حتى الآن.

ثانياً: نمط الإعلام العراقي الذي جنح بعيداً بالواقع إلى أفق جديد من التفاؤل غير المبرر، بل المخادع في أحيان كثيرة، مخاطباً جميع فئات المجتمع بلغة مزورة للواقع، مخفية تحت لون رسالتها الإعلامية الوردي مأساويةَ الواقع الذي تعيشه المرأة العراقية. وقد سبب هذا النمط من أنماط الخطاب الإعلامي ازدواجية في الرؤية، وضبابية في الموقف بين الأمن أو اللا أمن، ومن الاستقرار أو اللاستقرار،

ومن ثم ترك انطباعاً من الفشل على مسايرة الحياة كما هي لدى المرأة ونكوصاً إلى الذات، والالتجاء إلى العزلة والانفراد بالنفس، أما من يقع ضحية هذه الصور الوردية من الإعلام الزائف فيبدو محلقاً في سماوات الحلم حتى يصطدم بصخرة الواقع المؤلم.

وقد انتهج هذا المسار من الإعلام فضائية (العراقية) باعتبارها تمثل سياسة الحكومة، فلابد أن تروج لما تعتقده، وأن تحاول جاهدة خدمتها، وكذلك قناة (الفرات) لسان حال كتلة برلمانية من أكبر الكتل الحاكمة، إضافة إلى القنوات أو وسائل الإعلام الأخرى التي تمثل وجهة النظر الحكومية نفسها لأسباب سياسية أو طائفية.

لقد روج هذا النمط الإعلامي لصور الاستقرار في المناطق الساخنة، وبالغ في عرض نتائج أمنية أو سياسية في أزمات معينة، أو أظهر حالات وصوراً غير واقعية في مشاكل مرت في حياة العراقيين، كقضية التهجير القسري، أو القتل على الهوية، أو انتشار الميليشيات المسلحة. وصَدَّقَ بعض العراقيين هذه الرسائل الإعلامية الموجهة، وخدعت المرأة العراقية بذلك هي الأخرى، حتى إذا حاولت العودة مع عائلتها لمنطقة هُجِّرَت منها قُتِلَت أو طُرِدَت وهي خائفة، وإذا ما دفعت زوجَها أو ابنَها لمعاودة العمل بعد أن انزوى خائفاً أو مهدداً وجدت نفَسها قد عرضته إلى خطر داهم منخدَعة بهذا الإعلام.

وإن قناة (الحرة ـ عراق) أنشأتها أمريكا لتحسين صورتها في العراق والعالم العربي، وقد استهدفت المرأة العراقية في حواراتها السياسية بإظهار العلمانيات وغير الملتزمات بالإسلام ـ في الغالب ـ كرمز للمرأة العراقية ـ أما برنامج (مساواة) الذي تعرضه هذه القناة أسبوعياً فيسعى إلى نشر ثقافة الغرب عن المرأة بانتقاص مكانة المرأة في الإسلام، وتشجيع العراقيات وغيرهن على التمرد على القيم

والأعراف المستمدة من الدين، كما يحاول التلاعب بمظهرية الحجاب الإسلامي لاستضافة نساء ملتزمات بزي إسلامي مشوه للكشف عن بعض الشعر، أو جزء من الجسد، والهدف من ذلك يعني بالتكرار تحوله إلى سلوك مقبول لدى المرأة العراقية المسلمة، فهذه البرامج (تصنع في نفوسنا اللامبالاة، وتبلّد الأحاسيس ضد كثير من المنكرات والمشاهد المنحرفة التي تعرضها وسائل الإعلام، حتى يغدو الأمر كما قال رسول الله (صلى الله عليه وسلم) (يصبح المعروف منكراً أو المنكر معروفاً) بمشاهد التبرج والاختلاط وغيرها. إن الحاصل فيما يقدم بالإعلام عملية تمييع للقيم الإسلامية والحدود الفاصلة بين الرجل والمرأة).[٢٥]

كما انتهجت (قناة الشرقية) في سابقة لها، عكست الصورة عن الكثير من برامجها المفيدة والنافعة أسلوب (التغريد خارج السرب) بتبنيها برنامج (فري) في مراحله المتعددة، والذي يشارك فيه عدد من النساء العراقيات في منافسات مفتعلة مع شباب آخرين، بما يسمى برامج (تلفزيون الواقع) وهي تبدو للمتأمل اسماً على غير مسمى، فواقع المرأة العراقية ودورها وما هو مطلوب منها ليس التنافس المفتعل مع الرجال، وليس الابتعاد عن بيتها وعائلتها لمدة أكثر من (٣) أشهر، يحدث فيها ما يحدث من اختلاط وفجور ومخالفة لأبسط قواعد وأحكام الشريعة الإسلامية.

ولمن لا يدرك خطورة هذه البرامج نقول: إنها تحدث لدى المرأة وغيرها ارتداداً عن واقع حياتها، وكرهاً لتفاصيل يوميات تعيشها، وزرع مشاعر من الإعجاب والتمني لظاهرة مرفوضة إسلامياً واجتماعياً، وهذا يعني بالنتيجة أن برنامج (فري) وغيره (كستار أكاديمي) يقدم إعلاماً مزوراً، بعيداً عن حقيقة الأمور ومجريات الأحداث، مما يعني وجوب رفضه ومقاطعته عملاً بحديث رسول الله ﷺ (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان)[٢٦].

وفي مقدمة من يجب عليه رفض هذا البرنامج هو: المرأة العراقية باعتباره يشوه سمعتها، ويقدم عنها صورة مزيفة لا تنطبق عليها. وهي المرأة المعيلة لعائلتها، والصامدة أمام الكثير من التحديات الصعبة، فقد أشار الجهاز المركزي للإحصاء العراقي في عام ٢٠٠٦، أن نسبة (١١٪) من الأسر العراقية تعليها نساء، وأن معدل الإعالة في تزايد مستمر نتيجة لبطالة الرجل أو قتله أو اعتقاله. كما أشارت الجهة نفسها في إحصائيات العام المذكور نفسه أن نسبة (١١٪) من الأسر العراقية تعيش في فقر مدقع، ونسبة الأسر الفقيرة في العراق هي (٤٣٪) وأن نسبة (٤٤٪) احتلتها الأسر ذات المستوى المتوسط، أما الأسر العراقية ذات المستوى المعيشي الجيد فهي (٢٪) فقط[٢٧].

فأي إعلام يجب أن نقدمه للمرأة العراقية المبتلاة بالفقر والجهل والحرمان من العيش الكريم ومن التعليم المناسب؟ وهل ينقذها إعلام التزوير والمبالغة في تحسين الصورة البشعة؟ أم يضعها في قلب الواقع نمط الإعلام الآخر الذي يقلقها ويثير عندها الفزع؟

بينما يشير واقع المرأة العراقية إلى عكس ذلك تماماً (إذ تم اغتيال الكفاءات النسوية من حملة الشهادات الجامعية العليا والملاكات الطبية والهندسية والصحفية والإعلامية والتربوية والتعليمية والفضائية)[٢٨].

وكل ذلك كان سببه الأول الاحتلال الأمريكي الذي استهدف بإعلامه وجيوشه وسياسته المرأة العراقية، كما استهدف المجتمع كله لإجباره على السير في منحى آخر يخالف دينه وعقيدته وأعرافه.

الدراما العراقية وصورة المرأة:

إن الدراما العراقية التي برزت فيها صورة المرأة العراقية بعد الاحتلال قليلة

جداً ولم نلحظ أثراً له يمكن أن يشار إليه بعمق، ولكن لتأثير الدراما وأهميتها في حياة جزء كبير من المجتمع العراقي خاصة حين تكون أحداثها محلية، آثرنا التوقف بإيجاز مع (مسلسلين) هما:

مسلسل (قاهرة الرجال) الذي عرض على قناة البغدادية، وأبرز ما فيه في موضوعنا هذا هو شخصية (جمارة) التي أدتها الممثلة (عواطف السلمان) وهي امرأة بغدادية تنحدر من بيئة شعبية فقيرة، يضطرها الفقر إلى صنع (كبة) عراقية لبيعها في السوق، ثم تشتهر صنعتها حتى تفتح معملاً لذلك، وتحصل على أموال طائلة وشهرة واسعة، تستخدم بعض أموالها في معونة الفقراء وشهرتها للوصول إلى مجالس نيابية، والمفارقة أنها ترفض معونات ابنيها المادية، وهما عضوان في البرلمان أو في الوزارة العراقية من دون سبب واضح، ويبدو من ملامح القصة الرئيسة أنها بعيدة عن الواقع العراقي، وصورة المرأة هنا غير واقعية بل شاذة في إطار موقع ومساهمة المرأة العراقية في المجتمع، ومن ثم فهي رسالة إعلامية غير معبرة عن واقع المرأة العراقية.

مسلسل (بياع الورد) الذي مثلت (إنعام الربيعي) أبرز شخصية نسائية فيه، وكانت في البدء تبيع (خضراوات) إلى أن قامت مع (شدهان) الذي كان يعمل لديها بسرقة كبيرة فتصبح على أثرها غنية، وذات مكانة مرموقة في المجتمع. وهي شخصية أيضاً غير واقعية، وهذا النمط من النساء غير وارد في حسابات المرأة العراقية، ومن ثم فهي شخصية تحمل رسالة إعلامية مشوهة وغير صادقة.

ونعلق هنا على أن النتائج الحاصلة من جراء طرح نماذج نسائية عراقية منقطعة عن الواقع بل غريبة عنه تماماً يشوه صورة ومكانة المرأة العراقية في الإعلام، ومن المعلوم أن الإكثار من طرح هذه النماذج غير الواقعية أو غير النزيهة يسبب إرباكاً في المفاهيم، وخللاً في الفهم، ويدفع المتلقي إلى القبول برسائل

إعلامية غير صادقة، ومن ثم فإن مصيرها الفشل الذريع عاجلاً أم آجلاً في الغالب، أما إذا أحدثت تأثيراً في المرأة فهل يفخر الإعلام العراقي بعرض صور عراقيات مبالغ في أدوارهن أو غير نزيهات؟

إن الإعلام العراقي بشكل عام وصورة المرأة فيه كجزء من رسالته الإعلامية، يبدو عليه افتقاد السياسة الموحدة للخطاب الإعلامي، بل تعددت صيغ التواصل مع المتابع له من متأثرة بالاحتلال أو مجبرة على السير في ركابه، إلى أخرى تعارض لمجرد المعارضة، وأخرى تحاول الموازنة بين طرفي العصا، وغيرها بالتأكيد تحاول جاهدة تصوير الواقع العراقي كما هو، فتعمل على خدمة المتلقي والتعامل معه بصدق، وربما يكشف المستقبل القريب عن هوية كل هذه الاتجاهات.

المبحث الرابع: واجب الإعلام الإسلامي في الدفاع عن قضايا المرأة

أدركنا من المبحثين الأول والثاني من هذا البحث أن المعركة سجال بين الحق والباطل، وأنها قديمة قدم الحياة، ومتجددة بتجددها وبقائها، فأهل الباطل لا يهدأ لهم بال إلا بالتعرض لهذه المكانة السامية والمتميزة للمرأة التي وضعها لها الإسلام، وأهل الضلالة من أصحاب الأفكار المنحرفة مصرون على هذا العداء السافر، مما يتطلب من أصحاب المنهج الرباني دعاة الإسلام وإعلامييه ومفكريه التصدي لهذا الهجوم السافر على ركن مهم جداً من أركان المجتمع الإسلامي وهو المرأة. قال تعالى: ﴿ وَدَّ كَثِيرٌ مِّنْ أَهْلِ ٱلْكِتَٰبِ لَوْ يَرُدُّونَكُم مِّنۢ بَعْدِ إِيمَٰنِكُمْ كُفَّارًا حَسَدًا مِّنْ عِندِ أَنفُسِهِم مِّنۢ بَعْدِ مَا تَبَيَّنَ لَهُمُ ٱلْحَقُّ ﴾[البقرة: ١٠٩].

وقد قام الإعلام الغربي والحديث منه بشكل خاص بتأجيج الصراع ضد المسلمين في أرجاء المعمورة كافة، وذلك بمهاجمة المسلمين في عقائدهم ومقدساتهم ومجتمعاتهم، ولم يترددوا في اقتحام مجالِ أيِّ رمزٍ أو ثابتٍ من ثوابت المسلمين إلا وتعرضوا له بالسخرية والنقد الظالم، ومن ذلك حملات بعض دول الكفر في محاولات الإساءة إلى الرسول ﷺ بالرسوم الكاريكاتورية وغيرها. وكذا الأمر في قضية المرأة المسلمة التي اتخذ منها الإعلام الغربي أحد المرتكزات الرئيسة في دعايته المضادة للإسلام والمسلمين، فشنوا هجوماً كاسحاً على كل ما يتعلق في الصحافة والأدب والسينما ومواقع الانترنت والفضائيات، فحققوا نجاحات في ذلك بتشويه الكثير من مكانة المرأة المسلمة في قضايا الحجاب وتعدد الزوجات وما يسمى عندهم بحرية المرأة وغيرها من الجوانب المهمة.

ولهذا كله ولاستمرار الهجوم الإعلامي على المرأة المسلمة من قبل الإعلام المعادي بشكل عام، فقد وجب على دعاة الأمة وإعلامييها الرد والتصدي لهذا الحقد والتشويه السافر، بل مهاجمة عقائدهم الخاوية، وكشف المآسي التي تتعرض

لها المرأة في العالم كله في حال سيرها على نمط الحياة الغربية أو أية حياة أخرى خارج النظام الإسلامي.

ومن هذا الباب فإن مسؤولية الإعلام الإسلامي مسؤولية كبيرة وخطيرة في الرد على الأكاذيب المضللة التي تشوه صورة الإسلام والمسلمين، إضافة إلى توحيد اتجاهات الأمة؛ وحث المسلمين على نبذ الفرقة والتناحر والانقسام، وترك الكسل واللامبالاة من أجل العودة بالإنسانية إلى سلوك الطريق القويم في الحياة. وكذلك من واجب الإعلام الإسلامي اليوم حث الغرب بشكل خاص على إيجاد النظم والقوانين التي تمنع الإساءة إلى الإسلام والمسلمين والمرأة المسلمة، وأن يتركوا أسلوبهم بالجرح والطعن لما يسببه ذلك من إساءة وتجاوز على مقدسات المسلمين.[٢٩]

فاستمرار الحملات الإعلامية، وعرض الصورة المتكررة السيئة عن الإسلام والمسلمين، حقق شوطاً عميقاً من إنضاج التشويه، والتباس المفاهيم لدى كثير من شعوب العالم عن ديننا وعقيدتنا. (ونتيجة لهذه التعبئة الإعلامية المستمرة ضد العرب والمسلمين كشفت إحدى الاستفتاءات مدى الجهل والافتراء المفروض في أعماق الشبيبة الأمريكية إذ جاءت معظم تعريفاتهم للعرب على أنهم شعب همجي وحشي مولع بالحرب والقتال، واسع الثراء مستبعد للنساء)[٣٠]

وقد أصبح توجه الأمة اليوم من قبل قادتها ومفكريها هو الاهتمام بالإعلام الإسلامي، والإنفاق على مؤسساته، وإيجاد كفاءاته وطاقاته البشرية وإمكاناته المادية للعمل، وذلك بسبب الأهمية الكبيرة التي يحتلها الإعلام في هذه الأيام، وخطورته في تصحيح الصور والقيم والمفاهيم. بطريق الإعلام يمكن أن تحقق عالمية الدعوة الإسلامية بإنشاء محطات فضائية تخاطب كل قوم بلسانهم، وتبين لهم عظمة الإسلام، وتدفع عنه أباطيل أعدائه.

بل يعد الجهاد (الإعلامي اليوم الوسيلة الوحيدة المتاحة للمسلمين للذب عن الإسلام ونشره، وما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب)[٣١].

ومعلوم بالاتفاق أن هذا الواجب يقع على جميع الأمة إعلاميين وغيرهم، فواجب التعريف بالإسلام يسبق كل الأساليب بما يعرف بالدعوة، ثم إذا أصر أعداء الإسلام وغيرهم على تشويه صورة الإسلام إعلامياً، فقد وجب رد كيدهم ومجابهتهم بالطرق والأساليب نفسها حتى يفصل الله تعالى بين الحق والباطل. فإذا استمر هؤلاء بعدائهم للإسلام (وشنوا الحملات الإعلامية الظالمة الكاذبة على الرسول ﷺ والذين آمنوا معه، ومن بعدهم الذين حملوا راية الدعوة والجهاد في سبيلها. فإن الواجب على المسلمين أن يجاهدوا هؤلاء الكفار بألسنتهم بأن يفندوا مزاعمهم، ويظهروا زيف ادعاءاتهم ويدحضوا مفترياتهم).[٣٢]

ومادامت شريعتنا الغراء قد أقرت بل أوجبت العمل الإعلامي واضعة إياه في مرتبة عليا من مراتب الجهاد في سبيل الله بالكلمة والمجادلة والموعظة الحسنة، فإن أمر التصدي لهجوم الإعلام الغربي في كل المجالات خاصة في باب الهجوم على المرأة المسلمة يعد أوجب وأولى من غيره في العمل؛ لمكانة المرأة في المجتمع، وخطورة الأثر الذي يتركه وعيها على المجتمع كله، فاذا كانت المرأة صالحة فقد صلح الجيل وإذا كانت منحرفة – لا سمح الله ـ فقد انحرف النشء والمجتمع كله.

والإعلام الإسلامي مطالب بتخصيص برامج ورسائل إعلامية ناضجة عن المرأة المسلمة في مستويات وأشكال مختلفة، منها: التركيز على سِيَرِ أمهات المؤمنين والصحابيات رضي الله عنهن، وشخصياتهن البراقة، وجهودهم العلمية والاجتماعية في المجتمع المسلم، مستندين في ذلك إلى منهج القرآن الكريم، وهدي السنة النبوية في تشريع الحجاب، وبيان فضل الحجاب على المرأة، ودوره في حفظ كرامتها وخصوصيتها من الانتهاك، وفي هذا المجال يمكن توظيف

شهادات إعلامیي ومفكري الغرب ممن عرفوا فضل الإسلام على العالم، وشرعوا في بيان مكانة المرأة في الإسلام وظلم الغرب لها في أنظمته كافة: (والنتيجة التي توصل إليها الباحثون في أمريكا وبريطانيا هي أن الإيضاحات التعليمية القائمة على مساواة النوع الاجتماعي (الجندر) في المجتمع لم تحظ بأي نجاح يذكر في أي من البلدين لعدم جلبها للسعادة في صفوف النساء).[٣٣]

كما أن إظهار المرأة المسلمة بالشروط الشرعية في المظهر الإسلامي كداعية ومربية أجيال، ومساهمة في بناء المجتمع كمثقفة وإعلامية وطبيبة ومحامية وغير ذلك، يساهم مساهمة كبيرة في تنوير الشعوب الغربية بواقعية نظرة الإسلام إلى المرأة ومكانتها الكبيرة فيه.

بل إن أمر الالتفات إلى الدفاع عن قضايا المرأة المسلمة في الإعلام من زاوية النظر الاجتماعية يعد أمراً مهماً جداً، فالمرأة الغربية تعاني من إجبارها على العمل مساواة بالرجل، وتعاني من دونية الرجل لها، ومفارقتها لأتفه الأسباب، كما أنها تفتقد الحب والعطف والحنان في مراحل حياتها، منذ أن تبلغ وحتى مرحلة الشيخوخة، إذ تهمل وتترك غالباً إما وحيدة وإما في دور المسنين، وهذه الصور اصبحت شائعة في اعترافات نساء الغرب ورجالهم، وكتبت عن هذا الموضوع عشرات الكتب المشهورة، فواجب إعلامنا العربي والإسلامي هو التعامل بذكاء لإبراز مكانة المرأة المسلمة إلى جانب مكانتها المهملة في الغرب بالدراما وبرامج الحوارات والبرامج الوثائقية وبأي فن آخر غير هذه، بل بأية وسيلة إعلامية تحقق الغرض من هذا التوجه.

ومن لوازم الدفاع عن صورة المرأة في الإعلام هو تخصيص البرامج المتواصلة لعلماء الأمة ودعاتها من المسلمين والمسلمات الأكفاء للقيام بهذا الواجب المهم، بل وجوب تأسيس قناة إسلامية تعنى بالمرأة باللغتين العربية والإنكليزية على أقل

تقدير، ولابد أن تتكاتف جهود الحكومات العربية والإسلامية لتحقيق هذا الهدف الحيوي، وأن توفر لهذه القناة الأموال اللازمة، والطاقات الواجبة للعمل والإبداع والتألق من الإعلاميين والدعاة والمختصين بفن التأثير والعلاقات العامة.

كما يجب أن تعمل الحكومات الإسلامية على منع البرامج المسيئة للمرأة المسلمة في وسائل إعلامها، وعدم التهاون في عرض أية مادة إعلامية غربية أو غيرها تحمل رسالة لتشويه والإساءة إلى صورة المرأة المسلمة، وبذلك نكون قد أنجزنا ولو شيئاً يسيراً من واجبنا الإعلامي والدعوي الذي فرضته الشريعة علينا في الدفاع عن صورة المرأة المسلمة وإظهارها في إعلامنا بالمكانة التي وضعها الإسلام فيها.

هوامش البحث

١- ينظر: سيد قطب، الإسلام ومشكلات الحضارة، بغداد، مطبعة أنوار دجلة، بلا سنة طبع، ص٦٦ وما بعدها.

٢- تفسير الآلوسي، روح المعاني، دار إحياء التراث العربي، بيروت، جـ٣٠، ص٥٢.

٣- الدكتور عبد الكريم زيدان، حقوق وواجبات المرأة في الإسلام، مؤسسة الرسالة، بيروت، ٢٠٠٤، ط١، ص٥٧.

٤- المصدر نفسه، ص٥٤.

٥- سنن أبي داود، دار الفكر، بيروت، جـ١٠، ص٧٢.

٦- القرطبي، الجامع لأحكام القرآن، دار الحديث، القاهرة، ٢٠٠٢، جـ١٨، ص٢١٥.

٧- سيد قطب، م. س. ذ، ص٦٩.

٨- المصدر نفسه، ص٧٤.

٩- الدكتور محسن عبد الحميد، الإسلام والتنمية الاجتماعية، بغداد، ١٩٨٩، ط١، ص٧٨.

١٠- الدكتور عبد الكريم زيدان، م. س. ذ، ص٦٢.

١١- الدكتور صلاح الخالدي، بين الإسلام الرباني والإسلام الأمريكاني، دار العلوم، الأردن، ٢٠٠٣، ط١، ص٣٣.

١٢- ينظر: بشرى كاظم، هل أنصف الإعلام المرأة، مجلة تواصل، ع ٤، أيار ٢٠٠٥.

١٣- الدكتور زيدان عبد الباقي، علم النفس الاجتماعي في المجالات الإعلامية، مكتبة غريب، القاهرة، ١٩٧٧، ص٤٣٤.

١٤- إبراهيم النعمة، المؤامرة على المرأة المسلمة، بغداد، ١٩٩٦، ص٤٨.

١٥- موريس بارس، جنة على نهر العاصي، تعريب، محمد عبد الحميد وعبد المجيد عابدين، دار المدى، بغداد، ٢٠٠٨، ص٩٤.

١٦- اي. جي. ويلكنسن، التيار الأنثوي تراجع الرموز، مجلة البيان، عدد ٢٢٨، ص ١٠٠.

١٧- جمال الحوشبي، الجانب الطفولي في الحرب الإعلامية، مجلة البيان، عدد ٢٢٣، ص١٠٢.

١٨- موقع انترنت، إسلام اوين لاين، في ٣١/ ٧/ ٢٠٠٣.

١٩- ينظر: الدكتور فؤاد عبد الكريم، المرأة المسلمة بين موضات التغيير وموجات التغرير، دار البيان، ٢٠٠٤، ص٣٧ وما بعدها.

٢٠- يوسف شلبي، الجدل حول قانون الأسرة في الجزائر، مجلة البيان، عدد ٢٠٩، شباط، ٢٠٠٥، ص٨٥.

٢١- افتتاحية مجلة البيان، عدد٢٠٩، ص٥.

٢٢- ينظر: د. جليل وادي، اتجاهات متذبذبة إزاء صورة المرأة في الفضائيات، مجلة تواصل، ع ٢٨، ت ٢، ٢٠٠٥.

٢٣- الدكتور رشدي شحاتة أبو زيد، مسؤولية الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٩، ط١، ص٣٨٣.

٢٤- ينظر: أسعد الهلالي، الدراما التلفزيونية وقضايا المرأة، مجلة تواصل، ع ٨، نيسان ٢٠٠٦.

٢٥- الدكتورة نظلة الجبوري، لمناهضة العنف ضد المرأة، موقع انترنت، الرابطة العراقية لمناهضة العنف ضد المرأة.

٢٦- ينظر: محمد سيد بركة، مجلة الحقائق، بغداد ع ١٣، ك الثاني، ٢٠٠٧، ص ٢٣.

٢٧- ينظر، دار بابل للدراسات والنشر، أخبار اليوم، نشرة يومية، عدد١٠١، في ٢٨/ ١٠/ ٢٠٠٧، ص ٣.

٢٨- الدكتورة نورة السعد، محاضرة على الانترنت، موقع (منتدى نماء) في ٢٣/ ٣/ ١٤٢٩هـ.

٢٩- صحيح مسلم، ١١ ٥٠-٤٩-٧٨.

٣٠- الدكتورة نظلة الجبوري، م، س. ذ، ص٢.

٣١- المصدر نفسه، ص١.

٣٢- ينظر: الدكتوررشدي شحاتة ابو زيد، ، م، س. ذ، ص٣٥٣.

٣٣- الدكتور محمد معوض إبراهيم، القنوات الفضائية العربية ودورها في تحسين صورة العرب والمسلمين، كتاب دراسات إعلامية، جـ٤، الكويت، ٢٠٠٣، ص٣٥.

٣٤- الدكتورعمار عبد الله ناصح علوان، مقصدية الدعوة في الجهاد، دار ابن حزم، بيروت، ٢٠٠٨، ط١، ص٧٦.

٣٥- الدكتور محمد عبد القادر أبو فارس، الجهاد في الكتاب والسنة، عمان، ١٩٩٧، ط١، ص٧٣.

٣٦- جيمس تولي، تلخيص: أي، جي ويلكنسن، مطبوعات مجلة البيان، ٢٠٠٧، ط١، ص٢١.

دور الإعلام في تغيير وتعديل اتجاهات الجمهور

المدرس المساعد عبد القادر صالح معروف

كلية الإعلام - الجامعة الإسلامية - بغداد

تمهيد

بدأت وسائل الإعلام المختلفة تؤدي دوراً أساسياً ومساعداً في تدعيم وتغيير اتجاهات جمهور المتلقين خصوصاً في ظل مرحلة الانفتاح الإعلامي الواسع الذي شهده العالم خلال العقد الأخير من القرن العشرين، والسؤال الذي يتبادر إلى الأذهان هل أن وسائل الإعلام تغيِّر وتعدّل الاتجاهات لدى الجمهور إيجاباً أم سلباً؟ للإجابة على ذلك علينا الخوض في الأدوار التي تمارسها وسائل الإعلام، كل حسب أهدافه واتجاهاته سلباً وإيجاباً، بما يضمن تحقيق الأهداف التي ترجوها هذه الوسائل، ومن ثم ينعكس ذلك في الاتجاهات التي تظهر على الجمهور عبر أساليبها ورسائلها الإعلامية المختلفة.

الإطار المنهجي للبحث:

أولاً. أهمية البحث:

من الواضح أن الغرض من الاتصال الجماهيري هو إقناع الناس وحملهم على السلوك بطريقة معينة في نهاية الأمر، غير أن أسلوب الإقناع أو الاستمالة ليس أسلوباً مادياً قائماً على القهر أوالعنف أو المكافأة المحسوسة، ولكنه قائم على استخدام الرموز كاللفظ والإشارة والصورة والحركة والإيماءة[1]، وفي ظل التوسع والتعدد والانتشار الكبير لوسائل الإعلام تبرز أهمية البحث خاصة ما يتعلق منها

---

(١) إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، ط٣ مطبعة الانجلو مصرية، القاهرة:١٩٨١ ص ٢٤.

في التأثير الكبير الذي بدأت تحدثه هذه الوسائل على الجمهور في تبني وتعديل وتغيير اتجاهات جمهور وسائل الإعلام الكبير.

ثانياً. مشكلة البحث:

يعد تحديد مشكلة البحث وأهميتها في أنها تؤثر تأثيراً كبيراً في جميع الخطوات التي تليها، إذ تعرف مشكلة البحث بأنها موضوع يحيطه الغموض [1]، لذا فهي تحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها، وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية، وإعادة صياغتها عن طريق نتائج الدراسة، ووضعها في الإطار العلمي السليم [2]، وتتصدى مشكلة هذا البحث في تحديد الأطر النظرية لتأثير وسائل الإعلام، ودورها في تعديل وتغيير الاتجاهات لدى الجمهور فيما يتعلق بجميع القضايا التي تقع ضمن اهتماماته على جميع الصعد الحياتية اليومية، عبر الرسائل المستمرة التي توجهها وسائل الإعلام عبر قنواتها المختلفة، وتستهدف الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور.

ثالثاً. أهداف البحث:

تتحدد أهداف البحث في توضيح الأطر النظرية لدور وسائل الإعلام في تدعيم الاتجاهات إضافة إلى الدور الذي تؤديه في تغيير وتعديل اتجاهات الجمهور عبر ما تناوله الباحثون السابقون، والتي يمكن أن تؤثر على بناء الرأي والقيم عند الجمهور في مختلف القضايا.

---

(١) فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية: ٢٠٠٢ ص٣٥.

(٢) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة: ٢٠٠١ ص ٧٠.

الإطار النظري للبحث:

أولاً: تعريف مصطلح (الاتجاه):

((هو حالة من التفكير أو الشعور الإيجابي أو السلبي تجاه قضية معينة، أو ردة الفعل تتم بصورة منتظمة وعلى وتيرة واحدة بالنسبة للناس، أو المجموعات أو المسائل الاجتماعية أو أي حادثة تحدث في الوسط الذي يعيش فيه الفرد)) (1).

ثانياً: مصادر تكوين اتجاهات الجمهور:

مع أن عالم النفس الاجتماعي يهتم بمصادر الاتجاهات وتأثيراتها الاجتماعية إلا أنه قد لا يهتم بالضرورة بما يساعد على تشكيلها داخل الفرد، لكن علينا الوقوف لاستعراض هذه المصادر لمعرفة درجة تأثيرها في تكوين اتجاهات الجمهور وهي (2):

تأثير الأسرة:

يعتبر من العوامل الأساسية التي تحدد اتجاهات الفرد إذ إن العلماء اكتشفوا أن هناك آثاراً فطرية للفرد تأتي معه منذ الولادة، وهناك آثاراً أخرى يكتسبها من والديه ومحيطه العائلي، وهي التي تساعد على بناء شخصيته وأفكاره أولاً.

تأثير المجتمع:

يتألف المجتمع من مجموعات من الناس تتراوح ما بين هيئات كبيرة منظمة بشكل عمدي، ولها أهداف محددة توصف بأنها مجموعات من الدرجة الثانية

---

(1) احمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، ط٤، القاهرة: دار قباء للطباعة والتوزيع ١٩٩٨ ص ٥٣.

(2) جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة:١٩٧٨ ص ٦٢٩.

وتتضمن منظمات سياسية ودينية وهيئات مهنية ونقابات عمال... إلخ، يتعلم الفرد أنماط الجماعات المختلفة التي ينتمي اليها وهو ينتمي في العادة إلى العديد من الجماعات، وله مكانة مختلفة في كل واحدة منها، وكثيراً ما يكون الفرد مادياً في جماعة معينة ولكنه ليس عضواً فيها، لأنه يستمد مستوياته من جماعة أخرى يعتبرها جماعته المرجعية. تخلق تلك الجماعات وبشكل خاص الجماعات المرجعية بعض الاتجاهات، وتفرض تلك الجماعات أيضاً ضغوطاً أساسية لضمان الخضوع لمستويات المجتمع الصغير أو الكبير.

التجارب المعزولة:

تبنى هذه الاتجاهات من خلال التجارب الاجتماعية السلوكية الشرطية التي تدفع الفرد لتغيير اتجاهه أو تعديله، فمثلاً شراء سلعة معينة تظهر أنها ذات نوعية غير جيدة ستدفع الذي اشتراها لاحقاً بعدم شرائها مرة أخرى، والذي يقع عنده حادث سيارة قد يدفعه لعدم السياقة لاحقاً، أو يكون أكثر حذراً في المستقبل خوفاً مما لحق به سابقاً من أثر وقوع هذا الحادث عليه، على عكس ذلك هنالك تجارب أخرى قد تعدل أو تغير اتجاهات الأفراد منها، مثلاً مكافأة الموظف في عمله يدفع ذلك سلوكه ويدعمه إلى حالة الاستمرار، بينما الذي يعاني من مشكلة الإدمان على شرب الكحول فإن إعطاءه عقاراً يشعره بالغثيان الشديد بدل السعادة والاسترخاء على أمل أن يرتبط شرب الخمر في ذهنه بهذا الشعور المزعج بالغثيان مما يؤدي في النهاية إلى شفائه من إدمانه.

ثالثاً. العوامل الوسيطة التي تؤدي دوراً في تغيير اتجاهات الجمهور:

التغيير يطرأ على تنظيم أو بناء المعتقدات أو تغيير مضمون معتقد أو أكثر يدخل في تنظيم الاتجاه، وعلينا أن نقول بعد هذا العرض: إنه مع أن التحول في

الرأي نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام أقل شيوعاً بكثير، وأن التدعيم والتغيير الطفيف للآراء هو الشائع والعوامل الوسيطة التي تغير الاتجاهات هي:

العمليات الانتقائية:

تعمل العمليات الانتقائية عادة على تدعيم الاتجاهات، ولكن هذه العمليات لا تعمل بكفاءة مطلقة، ففي بعض الظروف قد تساعد العمليات الانتقائية للرسائل الإعلامية على إحداث التغيير، وقد لا تعمل العمليات الانتقائية في بعض الحالات حينما يتعرض الفرد لضغوط متعارضة، أو حين يضطر إلى أن يقول شيئاً لا يؤمن به [1].

تأثير الجماعات الأساسية:

تعمل الجماعات الأساسية التي ينتمي إليها الفرد غالباً كمؤثر من المؤثرات التدعيمية التي تقاوم التغيير، ولكن في بعض الحالات الخاصة قد تعاون الجماعاتُ على غير العادة الأفرادَ على التغيير، والأفراد الذين يقدرون عضويتهم في جماعة من الجماعات يقاومون بشكل خاص الرسائل التي تخالف أساليب تلك الجماعة، وأن المقاومة ينتظر أن تزيد في حالة الموضوعات المهمة بشكل خاص لتلك الجماعة، وفي هذه الحالة ينتظر أن تكون تأثيرات التحول أكبر على أولئك الذين لا يقدرون بشدة عضويتهم في جماعة من الجماعات وقد لوحظ أن حملات وسائل الإعلام التي تهدف إلى التحويل تصبح فجأة فعّالة بالنسبة لأفراد معينين حينما تنقطع الرابطة بينهم وبين الجماعة التي كانت تمنعهم من التحول.

---

(١) جيهان أحمد رشتي، مصدر سابق، ص٦٤٠.

قيادة الرأي والتأثير الشخصي:

أظهرت الأبحاث أن قيادة الرأي والتأثير الشخصي لهما دور مهم جداً في عملية اتخاذ القرارات وتغيير الاتجاهات والسلوك.

رابعاً: دور وسائل الإعلام في تدعيم الاتجاهات:

تشير الأبحاث العلمية بما لا يدع مجالاً للشك إلى أن حملات وسائل الإعلام الجماهيرية يحتمل بشكل عام أن تدعم الآراء الموجودة بين الجمهور أكثر مما يحتمل أن تغير تلك الآراء، وحدوث التغيير البسيط في الاتجاهات يبدو أكبر من احتمال حدوث التحول في الرأي، ولكن ليس معنى هذا أن التحول الكلي لا يحدث، أو أن وسائل الاتصال لا تعمل في بعض الأحوال على نشر التغيير على نطاق واسع، ولكن يمكننا أن نقول: إن فاعلية الاتصال في التأثير على الآراء الموجودة والاتجاهات يرتبط أو يتماشى عكسياً مع درجة التغيير المطلوبة [1].

لقد أجريت عدة دراسات في جامعة كولومبيا الأمريكية في خلال العام ١٩٤٠ للوقوف على دور وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور للتصويت لصالح الرئيس الأمريكي السابق روزفلت فرانكلين في انتخابات الرئاسة الأمريكية، وتوقع الباحثون التأثير الكبير لوسائل الإعلام، وهي الصحافة والراديو آنذاك في اختيارات الناخبين إلا أنه قد تبين بأن القليل من المبحوثين في هذه الدراسة قرروا وجود هذا التأثير، وفي حالة اتخاذ قرار التصويت وجدوا أن الاتصال الشخصي والإقناع المواجهي له دور أكبر في هذا المجال، ومن هنا كان الغرض الخاص بتدفق المعلومات على مرحلتين (The two step flow) والذي يقوم على أن الأفكار غالباً ما تنتقل من الراديو والصحف إلى قادة الرأي (Opinion leaders) ومن هؤلاء إلى

---

(١) جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص ٦١٤.

القسم الأقل نشاطاً منهم في قطاعات الشعب، وسميت بعد ذلك نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين [1].

خامساً: نموذج "احتمالية أعمال العقل" في تأثير الرسائل الإعلامية:

يفترض هذا النموذج أن هناك طريقين لتغيير الاتجاه أولهما: الطريق المركزي (central route) وثانيهما: الطريق الهامشي (peripheral route) والأفراد الذين يتبعون الطريق المركزي يدققون في الأفكار التي يتعرضون لها، ويحاولون الوقوف على مزاياها الحقيقية، ويفكرون ملياً في دلالاتها، أي أنهم يحاولون معالجة المعلومات الجديدة التي يتعرضون لها بأسلوب عقلاني، أما الأفراد الذين يتبعون الطريق الهامشي فإنهم يسلكون طرقاً مختصرة لاتخاذ قراراتهم بقبول أو رفض الرسائل التي يتعرضون لها، إذ يعتمدون على مجموعة مفاتيح تمكّنهم من الحكم على ما يتعرضون له دون بذل مجهود عقلي مرهق [2].

سادساً: رأي الباحثين بشأن نتائج دراسات تغير الاتجاهات:

أوضحت نتائج الدراسات أن مضمون الاتصال لا يمارس سوى تعديلاً طفيفاً ووقتياً إلى حد كبير في الآراء والاتجاهات وليست هذه النتيجة بمستغربة بوصفها مترتبة على وجهة النظر التي قادت هذه الدراسات، أي معالجة الجمهور كشذرات متفرقة، فما هكذا تتغير الآراء والاتجاهات، فإذا عرفنا أن هذه الآراء والاتجاهات إنما تتشكل وتنمو وتتطور في علاقات جماعية، فإننا نتوقع بالتالي ألا تحدث أية تغيرات إلا في جماعات أيضاً وفي علاقات جماعية.

---

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣ عالم الكتب، القاهرة:٢٠٠٤ ص٢٣٧.

(٢) شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة: ٢٠٠٤ ص١٥٠.

معنى هذا أن طبيعة العلاقة بين الاتصال والتغيير في الاتجاهات إنما هي محدودة أيضاً بظروف الجماعة والانتماءات الجماعية للفرد، وهنا يكون من المتوقع أن مضمون الاتصال إذا لاقى قبولاً واستجابة من قبل الجماعات، فإنه سوف يكون أكثر فاعلية في التأثير على أعضاء هذه الجماعات، أي أن الأمر يتطلب بادئ ذي بدئ الموافقة الجماعية أو ملاءمة مضمون الاتصال لبناء الجماعة وقيمها ومعاييرها، ولكن هذه النظرة الجماعية قد تمثل موقفاً محافظاً من جهة، كما أنها قد تؤخذ بوصفها حتمية جماعية إن صح إطلاق مثل هذا التعبير، ولا نستطيع وفقاً لها أن نفسر مبدأ التغير الاجتماعي ذاته طالما أن كل فرد لن يغير من قيمته واتجاهاته إلا بعد موافقة جماعاته على ذلك، ولكن الأمر ليس على هذه الصورة، فليس كل الأفراد على درجة متساوية من الولاء لجماعتهم وقيمها ومعاييرها، ولذلك فإننا نتوقع أن يبادئ بعض الأفراد بالتغيير وبالخروج على المعايير الجماعية، وهنا قد يقابلون بعدة مواقف من قبل باقي أعضاء الجماعة، تتراوح بين الاستهجان أو الاستحسان، وقد يتبعهم البعض الآخر حتى تصبح الأنماط السلوكية الجديدة هي الأنماط السلوكية الأكثر تواتراً، بمعنى آخر تشيع المعايير الجماعية الجديدة، وهنا يعمل التغير الاجتماعي عمله [1].

سابعاً: أثر وسائل الإعلام على الاتجاهات والقيم لدى الجمهور:

هناك اتفاق عام على أن وسائل الإعلام تحدث آثاراً على الاتجاهات والقيم، أما الفترة اللازمة لإحداث هذا الأثر فما زالت محل جدل وتساؤل. تشير معظم الدراسات السابقة إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدور ملموس في تكوين الآراء أكثر مما تساهم في تغييرها، وأحد أسباب قيام وسائل الإعلام بتدعيم المعتقدات

---

(١) محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، مكتبة ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع، ط٢، القاهرة: ١٩٨٩ ص ٦٢٧.

الموجودة بالفعل هو اتجاه البشر الطبيعي لحماية أنفسهم من خلال التعرض والإدراك والتذكر الانتقائي، فنحن نميل إلى تعريض أنفسنا للرسائل التي تتفق مع أفكارنا ومعتقداتنا واتجاهاتنا، وكذلك تجنب الرسائل التي لا تتفق مع توجهاتنا المسبقة، وحتى حين نتعرض لرسائل لا تتفق مع أفكارنا فإننا نحاول إدراك عناصر الرسالة التي تناسب مفاهيمنا المسبقة. وقد درس عالم النفس "ليون فستنجر" هذه الظاهرة وأطلق عليها اسم ((التنافر المعرفي)) cognitive Dissonance والافتراض الأساسي عنده هو أن شعور الفرد بالتنافر النفسي يحفزه على محاولة التخلص من هذا التنافر حتى يحقق الانسجام النفسي consonance من خلال السعي بإيجابية ونشاط لتجنب المواقف والمعلومات التي تزيد من التنافر.

وفي دراستهما لآثار وسائل الإعلام على القيم الاجتماعية لاحظ "لازرسفيلد" و"ميرتون" أن وسائل الإعلام لا تدعم معتقداتنا السابقة فقط، وإنما تدعم اتجاهات أنماط سلوك المجتمع أيضاً، فالنشر الإعلامي يسد الفجوة بين الاتجاهات الفردية الخاصة والآداب العامة السائدة في المجتمع [1].

ثامناً. الاستنتاجات:

في ظل نظريات تعديل وتغيير الاتجاهات يمكن التوصل أن لوسائل الإعلام المختلفة في ظل التطورات التكنولوجية العالمية الأخيرة تأثير واضح وكبير على الجمهور من ناحية التغيير وتعديل الاتجاهات في المواضيع المختلفة، وقد بدأت القنوات الفضائية الإذاعية والتلفزيونية وحتى شبكات الانترنت تسعى إلى استثمار عمليات التعديل والتغيير في الاتجاهات في ظل عالم واسع وكبير من المعلومات.

---

(١) حسن عماد مكاوي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٤ الدار المصرية اللبنانية، القاهرة: ٢٠٠٣ ص٣٩٨.

الدور الذي يمكن أن يؤديه قادة الرأي في تغيير وتعديل اتجاهات الجمهور لكن تبقى مصادر المعلومات التي يمكن أن يستعين بها هؤلاء القادة هو متابعتهم واطلاعاتهم لوسائل الإعلام، ومن ثم يمكن أن يبقى الدور البارز في هذه العملية لوسائل الإعلام.

من المهم الإشارة إلى أن تطور وسائل الإعلام والانفتاح الفضائي الكبير خلال العقدين الأخيرين لوسائل الإعلام فرض على الجمهور الاطلاع على أفكار ووجهات نظر متعددة، يمكن أن تعطيه خيارات مختلفة في رؤية قضاياه الأساسية من زوايا متنوعة، وبذلك قد أضافت صعوبة على من يدير الوسائل الإعلامية بأنه أصبح يخاطب جمهوراً متفتحاً على آراء عديدة ليس كما كان عليه الحال في السابق خاصة في العالم العربي في ظل انحسار الوسائل التي كانت تشرف عليها وتديرها الأنظمة الحكومية.

مصادر البحث:

١ - أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، ط٤ دار قباء للطباعة والتوزيع، القاهرة: ١٩٩٨.

٢ - إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، مطبعة الأنجلو مصرية، القاهرة: ط٣، ١٩٨١.

٣ - جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة: ١٩٧٨.

٤ - حسن عماد مكاوي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٤ الدار المصرية اللبنانية، القاهرة: ٢٠٠٣.

٥ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، عالم الكتب، القاهرة: ٢٠٠٤.

٦ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة: ٢٠٠١.

٧ - محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، مكتبة ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع، ط٢، القاهرة: ١٩٨٩.

٨ - فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية: ٢٠٠٢.

٩ - شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة: ٢٠٠٤.

برامج الواقع وتأثيرها في غرس القيم الاجتماعية

مصطفى فليح حسين

مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي

مُقَـدِّمَة

ابتداءً كل شيء ما خلا اللهَ باطلُ، فالحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على رسوله المبعوث رحمةً للعالمين محمد الأمين، وبعد: تعد القنوات الفضائية أحد ثمار الثورة التكنولوجية الحديثة وأبرزها، نظراً للتقنية العالية التي تتمتع بها، والمضامين التي تبثها، مما جعلها من المصادر المهمة للمعلومات والتثقيف والترفيه، لذلك عملت معظم الفضائيات منذ انطلاقها على التفنن في طرحها للموضوعات، فتنوعت أساليبها وأشكالها، ووصلت إلى حد التنافس في ما بينها للحصول على الأفضلية والتميز، ونتيجةً لهذا التنافس بين الفضائيات ظهرت برامج تحمل الطابع الإبداعي، وبغض النظر عن سلبياتها أو إيجابياتها استطاعت من خلال إحداثها التغيير أن تمثل ظاهرة بارزة على الساحة الإعلامية في الوقت الحاضر، وأصبحت تستدعي المتابعة والدراسة و التحليل، ومن هذه الظواهر المميزة برزت برامج تلفزيون الواقع لتمثل ظاهرة إعلامية مهمة لها جمهورها، والقنوات التي تبثها، وتنوعت في أساليبها وأشكالها ومضامينها وفي الوقت نفسه اشتركت أهدافها في مصب واحد هو العمل على إحداث التغيير في قيم المجتمعات التي تتعرض لها سواء كان هذا التغيير إيجاباً أو سلباً، لذلك أتت هذه الدراسة لتكون محاولة بسيطة لتسليط الضوء على هذه الظاهرة التي لا تزال بكراً في مجال البحث والتحليل، ومحاولة إيضاح علاقتها بالمجتمعات العربية بعد أن وجدت لها صدى كبيراً في تلك المجتمعات، وخصوصاً أن أغلب هذه البرامج اقتبستها الفضائيات العربية عن برامج غربية، وقامت بالتعديل عليها ثم عرضها على المشاهد العربي.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

تعد برامج الواقع ظاهرة طارئة على القنوات التلفزيونية العربية، وهي جزء من عملية الحداثة والعولمة التي أخذت تقتحم المجتمعات العربية بكافة أنواعها وطوائفها، ولها تداعيات على التأثيرات المستقبلية في إحداث التغيير في نسيج المجتمع. إن هذه القضية بحاجة إلى دراسة معمقة وواسعة بهدف تحديد مؤثراتها على النسيج الاجتماعي.

ثانياً: الأهمية:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الوقوف عند الأفكار والقيم الدخيلة التي يمكن أن تُغرس في جسد المجتمعات العربية من خلال برامج مقتبسة غريبة عن البيئة العربية، وقد تتعارض أحياناً مع قيم وتقاليد المجتمعات العربية والإسلامية، فأفكار العولمة والحداثة التي تدعو إليها بعض القنوات الداعية للعولمة تقوم بإعداد وانتاج برامج واقع غريبة عن الواقع العربي، في محاولة منها لرفع الحواجز والقيود والقيم والتقاليد والالتزام والأخلاق العربية، وهذه البرامج تجد صداها في المجتمعات العربية كونها برامج تفاعلية إضافة إلى المكاسب المادية و الإغراءات المقدمة، ومنها برامج حاولت الالتزام بهذه المثل العربية الأصيلة، وعملت على ترسيخ الأخلاق الإسلامية، ومنها من اقتبست الفكرة من البرنامج وتحكمت بالمضمون بما يتماشى مع الأعراف والقيم العربية.

ثالثاً: هدف البحث وتساؤلاته:

١- تحديد أنواع القيم والأفكار التي تحاول هذه البرامج بثها في المجتمع.

٢- توضيح جوانب التأثير الفعال في الأفكار والتي يمكن أن تؤثر في النسيج الاجتماعي لمجتمعاتنا العربية.

٣- بيان أهم الأشكال البرامجية المعتمدة وطرق الجذب والتأثير المستخدمة في مثل هذه البرامج.

٤- ماهي القيم والأفكار التي تحاول بثها برامج الواقع في المجتمعات العربية والإسلامية؟

٥- ما مستوى الاقتباس لهذه البرامج ومستوى التطبيق لها؟

٦- ماهي الآثار الاجتماعية التي يمكن أن تنجم عنها هذه الاقتباسات؟

٧- هل جميع ما يقتبس سلبي أم هناك اقتباس إيجابي؟

٨- ماهي أهم أوجه المعالجات القيمية التي يمكن إحداثها على هذه البرامج؟

رابعاً: منهج البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية لأنه يهتم بدراسة الوصف العام للظاهرة، فالمنهج الوصفي يعرف بأنه (يشمل جميع الدراسات التي تهتم بجمع وتلخيص الحقائق الحاضرة المرتبطة بطبيعة وضع جماعة من الناس، أو عدد من الأشياء، أو مجموعة من الظروف، أو فصيلة من الاحداث، أو نظام فكري، أو أي نوع آخر من الظواهر التي يمكن أن يرغب الشخص في دراستها)[1].

واتبع الباحث في هذا المنهج طريقة التحليل الذي (يعني دراسة المادة الإعلامية المقدمة من خلال الوسيلة للكشف عن المعنى الذي تريد إيصاله إلى جمهورها

---

(١) حميد جاعد الدليمي، أساسيات البحث المنهجي، الجزء الأول، (بغداد، شركة الحضارة، ٢٠٠٤) ص٨٠.

وكيفية عرض المحتوى وحجمه وأسلوب مخاطبته للجمهور في محاولة للوصول إلى درجة تأثيره)[1]. ومعتمداً على تحليل المضمون الذي يمثل (الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمضمون الظاهر للاتصال)[2].

إن اختيار الباحث لهذا المنهج البحثي كونه من أكثر المناهج ملاءمة وكفاءة لدراسة ظاهرة تلفزيون الواقع، وأكثرها قدرة على معالجة هذه الظاهرة.

خامساً: حدود البحث:

حدود مكانية:

تابع الباحث ثلاثة برامج تعتبر من برامج الواقع بهدف تحديد الجوانب الإيجابية والسلبية للبرامج المذكورة، والخروج بنتائج تهم البحث، وهذه البرامج هي (الرابح الأكبر على قناة mbc) و(مجددون على قناة دبي) و(ستار أكاديمي على قناة LBC).

حدود زمانية:

تابع الباحث هذه البرامج على مدى شهرين وبمعدل ٨ حلقات لكل برنامج بهدف إجراء التحليل للفئات الرئيسة، واستخراج النتائج، وكانت مدة كل حلقة (٦٠دقيقة).

سادساً: عينة البحث:

إن مجتمع البحث يتمثل ببرامج الواقع التي تقدمها القنوات الفضائية العربية

---

(١) المصدر نفسه، ص٩٤

(٢) المصدر نفسه، ص٩٦

واختار الباحث ثلاثة برامج من برامج الواقع التي تعرض في الفضائيات العربية وهي (الرابح الأكبر على قناة mbc) و(مجددون على قناة دبي) و(ستار أكاديمي على قناة LBC).

وفيما يأتي عرض مختصر لفكرة كل برنامج:

الرابح الأكبر الموسم الرابع (mbc):

برنامج الرابح الأكبر عبارة عن دراما يتولى فيها مدربون رياضيون واختصاصيون في الصحة والغذاء وعلم النفس مساعدة (١٦) مشتركاً على إنقاص أوزانهم وإيصالهم إلى الوزن المثالي الذي يمكن المتسابقين من الحفاظ على صحتهم.

المشتركون عرب من كلا الجنسين، يجتمعون في مكان واحد على مدى (١١) أسبوعاً للتنافس على إنقاص الوزن، ويعتمد البرنامج على مبدأ الثنائيات، ويتألف كل زوج من مشتركين قد يكونان شقيقين أو شقيقتين أو زوج أو زوجة أو صديقين مقربين، ويعتمد البرنامج على التصويت الأسبوعي من قبل الزملاء لإقصاء مشترك واحد من البرنامج إلى أن يبقى فائز واحد يحصل على جائزة البرنامج وقدرها (٢٥٠) ألف ريال سعودي.

برنامج مجددون على قناة (دبي):

تقوم فكرة البرنامج على استضافة شاب وفتاة من تسع دول عربية يستضيفهم الداعية عمرو خالد، وينقسم الأفراد على فريقين شباب وبنات، ثم يوكل إليهم تنفيذ مهام صعبة تعالج أهم تحديات النهضة في العالم العربي، والمطلوب من الأفراد المشاركين في البرنامج التعامل مع هذه المهام في إطار يبرز قدرات المجددين على القيادة والإبداع والتسويق والتخطيط، وعشرات المهارات الأخرى التي

يحتاجها الشباب لتحقيق معنى التجديد في الحياة، يقوم الأفراد المجددون بالسفر إلى خمس دول هي لبنان، الأردن، مصر، السودان، انجلترا لتنفيذ هذه المهام، كل مهمة تكون محددة بوقت أقصاه ثلاثة أيام بعدها يتم استبعاد المتسابق الأقل أداءً، وبالنهاية يبقى مجدد واحد فائز فقط، يحصل على جائزة مقدارها مئة ألف يورو ويستثمرها في مشروع من اختياره له علاقة بالتنمية والنهضة.

برنامج ستار أكاديمي على قناة LBC:

الفكرة الأساسية للبرنامج البحث عن المواهب بعد جولة في مختلف البلدان العربية، يتم خلالها اختيار مجموعة من المشتركين للتدرب على الغناء وأحياناً التمثيل، ثم يقيمون في مبنى مخصص لهم، وفي يوم معين من كل أسبوع يتم اختيار (٣) من المتسابقين ممن يعتقد حكام المسابقة أنهم أصحاب الأداء الأسوأ كمرشحين للخروج من البرنامج، ثم يفتح الباب للمشاهدين للتصويت لمتسابقهم المفضل، وفي مساء الجمعة من الأسبوع نفسه تقام حفلة غنائية يتم فيها استبعاد المرشح صاحب نسبة التصويت الأقل إلى أن يبقى فائز واحد.

وقد قام الباحث باختيار هذه العينة؛ لأن حلقات برنامج الرابح الأكبر وبرنامج مجددون تمثل الجانب الإيجابي فيما يعتقده الباحث لبرامج الواقع، أما ستار أكاديمي فهو يمثل الجانب السلبي لهذه العينة، وسيتم توضيح هذا في المبحث الثالث الخاص بالدراسة الميدانية.

سابعاً: دراسات سابقة:

لا توجد دراسات سابقة في هذا المضمار على مستوى بحوث ودراسات الماجستير والدكتوراه، لكنني وقفت على دراسة للأستاذ عبد الحليم حمود بعنوان (تلفزيون الواقع الإنسان في قفص الصورة) وتعد من أهم ماوقفت عليه في هذا المضمار إذ

تطرقت الدراسة إلى فكرة تلفزيون الواقع، وأسباب نشأته، ومدى شرعيته، وسلبياته، كذلك تطرقت إلى أنواع برامج الواقع في العالم ووصف مختصر لكل برنامج.

ثامناً: مصطلحات البحث:

تلفزيون الواقع:

يعرف الخبراء تلفزيون الواقع بأنه (مادة تلفزيونية تتضمن العديد من الأنواع التلفزيونية. إنها إدغام للأنماط التلفزيونية التلفظية (types of enunciation) التالية: النمط اللهوي أو اللعبي (playful type) والمسابقات والألعاب التلفزيونية، والنمط الوثائقي (documentary type) والنمط الدرامي (fiction type)، وتنتج تصوراً للذات والآخر والعالم، وتحركها مقاصد مختلفة ليست كلها معلنة)[1].

---

(١) مجموعة باحثين، ثورة الصورة: المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨)، سلسلة كتب المستقبل العربي (٥٧)، ص١٤٩

التلفزيون والتغيير الاجتماعي:

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الإعلام الجماهيرية المعاصرة حتى إنه يتفوق عليها جميعاً نتيجة لقدرته على جذب الانتباه من خلال استخدامه للصوت والصورة والحركة في وقت واحد، مما يحقق الإبهار وشدة التأثير، ومن ثم فإنه يقوم بدور كبير وخطير في الوقت نفسه باعتباره من أكثر وسائل الإعلام قدرة على الاقناع بعد الاتصال الشخصي، فهو يشد المشاهد إليه، ولا يسمح له بالقيام بنشاط آخر، إضافة إلى امتيازه بقدرته على استقطاب شرائح كبيرة من الجمهور ومن مختلف الأعمار والمستويات الفكرية والثقافية والتعليمية، كذلك الطبقة غير المتعلمة بوجه عام[١]، لقد اكتسب التلفزيون مكانة لا تضاهى في حياتنا اليومية دون غيره من وسائل الإعلام، حتى إنه أصبح يسيطر بشكل كبير على ((عالمنا المعنوي)) الأمر الذي جعلنا نستعيض برسائله ومعانيه ومعلوماته عن خبراتنا وتجاربنا الذاتية وغير ذلك من وسائل اكتشاف العالم والتعرف عليه، وأصبحنا نستقي خبراتنا ومعارفنا من تراكم المعلومات التي نتعرض إليها من مشاهدتنا للتلفزيون[٢]. وعزز ذلك ثورة التكنولوجيا وعصر المعلومات وما جلبته من تقنية حديثة، إذ دخل التلفزيون ببثه المتطور منازلنا بواسطة أجهزة وأطباق الاستقبال الفضائي المباشر، مما جعل الإنسان العربي عموماً في مأزق حضاري، فقد أشارت بعض البحوث الميدانية في نتائجها إلى أن تعّرضَ الشباب لما يبث في قنوات التلفزيون أصبح ظاهرة من أهم الظواهر الاجتماعية في العصر الحديث مما يدل

---

(١) محمد فريد محمود، وسائل الإعلام السعودية و العالمية (بيروت، دار الهلال، ٢٠٠٨)، ص٤٠١.

(٢) دنس ماكويل، الإعلام وتأثيراته، تعريب عثمان العربي، (القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، ١٩٩٢)، ص١٩٦.

على قوة تأثير وسائل الاتصال في حياتنا الخاصة، والدور المتعاظم الذي تؤديه في عملية التنشئة الاجتماعية للشباب، جنباً إلى جنب مع المؤسسات والمنظمات المؤثرة الأخرى، كالبيت والمدرسة ودور العبادة وزملاء الدراسة. ولقد زاد تأثير التعرض لما تبثه هذه القنوات التلفزيونية مع بداية البث الفضائي، إذ تكمن خطورته في المضامين التي يبثها، والأنماط السلوكية التي تتعارض أحياناً مع قيم مجتمعنا العربي[1]، ويشهد العالم اليوم تنافساً شديداً بين المحطات التلفزيونية الفضائية للاستحواذ على أكبر عدد ممكن من المشاهدين، ومن ثم تحقيق الأهداف التي تصبو إليها وتتسابق لتوفير أفضل وسائل الجذب والتأثير للمشاهد، سواء على مستوى الشكل أو المضمون[2].

استناداً إلى هذا فإن التلفزيون أصبح يمثل متغيراً ثقافياً واجتماعياً مهماً في حياة المجتمع، ومصدراً رئيساً للمعلومات والتعلم، كما أن تأثير التلفزيون يتمثل بالثقافة الجديدة الوافدة التي يقوم بنقلها، وهي ثقافة تروج لقيم ومعايير اجتماعية وأنماط حياتية ربما لا تتلاءم مع الواقع الاجتماعي، ويؤدي تقبلها إلى تأثيرات كبيرة على منظومة الأفكار لدى الجمهور المتلقي لها، كما أن هذه الثقافة لها القدرة العالية على اختراق عقول الناس وسلوكياتهم، وتعد القنوات الفضائية الأجنبية من أبرز وسائل الاختراق، إذ تم تسخيرها وجعلها أداة للغزو الثقافي للمنطقة العربية، ويتجسد ذلك بالرسائل الإعلامية التي توجهها إلى الجمهور محاولة تطبيع المشاهد على نمط كهذا من الرسائل، والأدهى من ذلك تبني الفضائيات العربية بث هذه الرسائل بصورة مستنسخة عن الفضائيات الغربية

---

(١) ماجد العبيد، الإرهاب الإعلامي على الوطن العربي، (بيروت، دار المعرفة، ٢٠٠٥)، ص٤٤.

(٢) مي العبد الله سنو، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، (بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦)، ص٢٣٦.

مع تغييرات طفيفة لا تمس الجوهر أو الغرض العام لهذه الرسائل[1]، كما أن هذه الرسائل التي تقدمها هذه الفضائيات تتم بعدة أشكال من البرامج التي يمكن أن يكون لها أثر في التكوين الثقافي للفرد أو المجتمع، وسواء كانت هذه البرامج موجهة لكافة فئات المجتمع كبرامج الأطفال أو العائلة، أو كانت برامج سينمائية أو حلقات تمثيلية أو مسلسلات، أو كانت أخباراً أو برامج ترفيهية لمجرد التسلية، كلها تشترك في صفة واحدة هي إمكانيتها على خلق أثر ثقافي في المجتمع ككل، أو الفرد بصورة خاصة. والأثر الذي تتركه هذه البرامج بما تبثه من رسائل مستهدفة الجمهور يكون مباشراً أو غير مباشر، بمعنى آخر قد يكون آنياً عاجلاً أو يظهر تأثيره على المدى الطويل ودون وعي وإدراك من المستقبل (الجمهور) والأثر هذا يتجسد بإضافة معلومة أو خلق اتجاه جديد أو تدعيم اتجاه قديم أو إضعافه، وقد يتمثل في تعديل سلوك أو العدول عنه وإيجاد سلوك جديد، كما أن الأثر الذي تحدثه الرسالة التلفزيونية لا يشمل فقط الذين يتعرضون لها إذ إن هؤلاء أو بعضهم يكون لهم تأثير على الآخرين، إذ يتولون نقل ما تلقوه أو تأثروا به من برامج التلفزيون إلى أقرانهم الذين لم يشاهدوه، وبتداخل هذا المؤثر مع مؤثرات أخرى يحدث التغيير ويتم ذلك على وفق نظرية سريان المعلومات على مرحلتين[2].

دور التلفزيون في الغرس الثقافي:

تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها نظريات الإعلام على قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوالم المحيطة بهم وخصوصاً للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة، لذلك تعتبر نظرية الغرس

---

(١) ياس خضير البياتي، مقالة بعنوان الفضائيات الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مجلة المستقبل العربي، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ع٢٠٠١، ١)، ص١١٢

(٢) محمد فريد محمود، مصدر سابق، ص٤١٩

الثقافي التي وضعها العالم جورج جيرنر تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلم من خلال الملاحظة. وركزت هذه النظرية على الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات[١].

فالثقافة كمفهوم هي تنظيم رمزي تنمي لدينا المفاهيم والخبرات والأولويات والقيم والعلاقات، ونستنبط من خلالها المعايير السائدة لما هو مهم، وما هو قليل الأهمية، وما هو ضار، كما تمدنا الثقافة بمعلومات عن كيفية التصرف حيال المواقف المختلفة، فالثقافة هي السياق الذي تصبح فيه التجارب واعية، وهي نظام من القصص والأشياء المصطنعة، يزداد إنتاجها بشكل جماهيري، وهي تتوسط بين الوجود ووعي الإنسان بهذا الوجود، ومن ثم تسهم في كلاهما[٢]، ونظرية الغرس الثقافي تربط بين كثافة التعرض أو مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة واكتساب المعاني والأفكار والمعتقدات بشأن العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام، كما أن مشاهدة التلفزيون تؤدي إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي ووجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية[٣]، وتذهب نظرية الغرس الاجتماعي إلى القول: إن المشاهد الذي يتعرض للتلفزيون ولفترات طويلة ينمو لديه اعتقاد بأن العالم الذي يراه على الشاشة ما هو إلا صورة مطابقة عن العالم الذي يحياه، كما أن إدراك الواقع الاجتماعي للأشخاص كثيفي المشاهدة يختلف عن أولئك الذين يشاهدون أقل؛ لأن كثيفي المشاهدة ستكون لديهم مقدرة أكبر على إدراك الواقع بطريقة متسقة مع الصور التي يعكسها التلفزيون[٤]،

---

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص٣٣٠

(٢) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (بيروت، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٩)، ص٣٠٣

(٣) محمد عبد الحميد، مصدر سابق، ص٣٣٠

(٤) ماجد العبيد، مصدر سابق، ص١٥٦

وتعتبر نظرية الغرس أن التلفزة تشكل عاملاً في التكيف الاجتماعي وليس الباني الرئيس للصور الذهنية للواقع الاجتماعي، كما تعتبر أن هذا التأثير لا يعكس فقط استهلاك كل فرد للتلفزة وإنما أيضاً ماتمتصه جماعات انسانية واسعة من الإعلام خلال فترات طويلة من الزمن، لأن التلفزيون يغرس صوراً من الواقع ويصوغ نتاجاً ثقافياً يؤثر في سلوك المشاهد[1]، وأن الفكرة التي طرحها جيرنر هي أن التلفزيون يعتبر قوة مسيطرة في تشكيل المجتمع الحديث، لذلك تركز نظرية الغرس الثقافي على معرفة تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي، وذلك بعد ظهور موجة من الاضطرابات وأعمال العنف والجرائم والاغتيالات في نهاية الستينيات من القرن الماضي، وقيام الناس العاديين بربط ارتفاع معدلات الجريمة والعنف والتغير في القيم التي حدثت في هذه الفترة، وبين انتشار التلفزيون في خمسينيات وستينيات القرن الماضي، وبالفعل أثبتت الدراسات والبحوث قيام علاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بالصور التي يعرضها التلفزيون [2].

الأساس الأهم في هذه (النظرية أن المشاهدين يتعلمون نماذج المضمون ويستخرجون منها الاستدلالات الضرورية ثم يعممون هذه المعلومات على إدراكهم)[3].

ويرى آخرون أن التسمية الأفضل لهذه النظرية هي نظرية الأنماء الثقافي كون التلفزيون ينمي المعرفة ويزيدها من خلال ما يقدم، ويحدث ذلك نتيجة عملية امتصاص المعرفة في التعرض التلفزيوني، فتتكون معلومات بارزة لدى المتلقي عن الحقائق والقيم والصور الذهنية، وبسبب كثرة التعرض لتلك المعلومات يكون

---

(١) فريال مهنا، علوم الاتصال في المجتمعات الرقمية، (دمشق، دارالفكر، ٢٠٠٢)ص٢٦٦

(٢) محمد عبد الحميد، مصدر سابق، ص٣٣١

(٣) فريال مهنا، مصدر سابق، ص٢٦٧

من السهل استرجاعها من الذاكرة، وذلك بناءً على فكرة أن الجمهور يبني أحكامه وفقاً للمعلومات المتاحة لديهم، إذ يعرض التلفزيون تلك الإتاحة المطلوبة[1]، وللتلفزيون تأثير أكبر على الصغار وقليلي الثقافة لعدم امتلاكهم القدرة على التمييز بين الحقيقة والخيال، وكذلك على الصغار في الأسر والجماعات الهامشية أو الأقليات، أو بين من يصورهم التلفزيون على أنهم ضحايا[2]، واوضحت الأبحاث أن الرسائل الإعلامية التي يقدمها التلفزيون لجماهيره من النساء والأقليات العرقية والفقراء تظهر صورة متشائمة وغير مشجعة عن هذه الفئات.

إن المقصود بعملية الغرس الثقافي هو ما يقوم به التلفزيون من نشر لهذه الرسائل والمعاني، ومن ثم اعتناق لها بفعل كثافة المشاهدة والعوامل الأخرى النفسية والعمرية وظروف البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها الأفراد، والحاجات التي يرغب الأفراد الحصول عليها تحقيقاً للإشباع النفسي[3].

إن تدفق الرسائل والمعلومات يتأثر بالاحتياجات والأهداف الخاصة بوسائل الاتصال، والتي تتفق في الغالب مع احتياجات وقيم و اهتمامات الجمهور الذي يتشبع بالواقع التلفزيوني، ويرى العالم من خلاله، فالتأثير التلفزيوني الذي تتحدث عنه نظرية الغرس هو جزء لا ينفصم عن عملية اجتماعية ديناميكية، فالتأثير لا يعكس الصور ولا يخلق الآراء والمعتقدات، وقد دلت الأبحاث والمشاريع في هذا المجال، ومن هذه المشاريع ما انتهى إليه الباحث benr Ger الذي استنتج أن الغرس الثقافي الذي يحدثه التلفزيون يعمل في اتجاه الضبط والاستقرار الاجتماعي، وتنشئة المجتمع على وفق معايير وسلوكيات محددة[4]، ومن ثم فإن

---

(١) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين، مصدر سابق، ص٣٠٣.

(٢) محمد عبد الحميد، مصدر سابق، ص٣٣٣، ٣٣٢.

(٣) دنيس ماكويل، مصدر سابق، ص١٩٧.

(٤) بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنلوجيا الاتصال والرأي العام، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٨)، ص١١٢.

عمل النظرية في دراستنا هذه يظهر بما يمكن أن تتركه برامج الواقع من تأثيرات نفسية وسلوكية في المشاهد من خلال ما تحاول أن تغرسه من قيم وأفكار وتخيلات هي بعيدة عن قيم وأفكار المجتمعات العربية، بل إن أغلب ما يقدم في هذه البرامج هو أفكار مجترة عن الفكر الغربي والإعلام الغربي، وهذا بالطبع قد يكون ناجحاً في مجتمعاتهم لكن في المجتمعات العربية المغلقة يشكل تهديداً للكثير من الاعتبارت والمسلمات التي آمن بها المجتمع العربي واعتنقها منذ فجر التاريخ وحتى اليوم.

إذن سنحاول في الفقرة القادمة تحديد فكرة تلفزيون الواقع وعلاقتها بنظرية الغرس الثقافي، ومن ثم مفهوم تلفزيون الواقع، وأهم الأفكار والمواقف التي اتخذت اتجاه هذا النوع من التلفزيون وهذا النوع من البرامج.

فكرة تلفزيون الواقع وعلاقتها بالغرس الثقافي:

تعود بداية نشوء تلفزيون الواقع إلى فترة التسعينيات من القرن الماضي حين اعترض المؤلفون وكتاب السيناريو في أمريكا على الغبن والظلم الذي يشملهم من الناحيتين المادية والمعنوية، في حين أن الدعاية الإعلامية والنجومية وحصد الأموال كان من نصيب الممثلين والمخرجين فقط، الأمر الذي دفعهم إلى التظاهر في إطار منظم من خلال نقابتهم التي تتمتع بقوة مؤثرة للمطالبة بحقوقهم المادية والمعنوية، لكن هذا التحرك ساء أصحاب المحطات التلفزيونية الذين كانوا يبتغون أولاً و أخيراً الربح المادي مما دعاهم إلى التفكير في بدائل وحلول توفر عليهم الأعباء المالية، وتخلصهم من المطالب التي تقلق راحتهم، فكانت فكرة تلفزيون الواقع حلاً مثالياً لهذه المعضلة.

إن الفكرة التي توصل إليها هؤلاء المنتجون لا تتطلب سوى تسليط الأضواء على قصص حاصلة أو التي سوف تحصل في المستقبل، لا تحتاج إلى من يؤلفها كما

كان سابقاً في الأفلام، فأصحابها هم أنفسهم "مؤلفوها " مع الحاجة إلى مخرج وممثلين عند الحاجة إلى ذلك نتيجة لظروف قد تصيب أبطال الفكرة الأصليين وتمنعهم من الظهور بوجوههم المعروفة، والظروف التي تمنعهم هي إما اجتماعية أو قضائية، وسرعان ما تحولت هذه الفكرة إلى حل وطبق فعلاً، وتنوعت أطيافه بين الهزل والجد والمسابقات، ولاقى نجاحاً كبيراً بين أوساط المجتمع، واحتوى مضمونه على أفكار ومعانٍ وقيم قام بغرسها نتيجة إقبال الجمهور عليه وكثافة متابعيه، لذلك يعد تلفزيون الواقع أحد تطبيقات نظرية الغرس الثقافي في الوقت الحاضر، فكما نعلم أن النظرية ظهرت بسبب الأفكار والمعاني والقيم التي كان يغرسها التلفزيون في المجتمع الأمريكي، وانعكاساتها على هذا المجتمع من جرائم وأعمال عنف وموجات اغتيال، واللافت للنظر أن النظرية وفكرة تلفزيون الواقع ظهرتا في المكان نفسه أو البيئة نفسها وهي أمريكا مع فارق الفترة الزمنية بين الفكرتين[١].

ما هو تلفزيون الواقع:

يعد تلفزيون الواقع أحد ثمار التطورات السريعة والهائلة في مجال تكنولوجيا علوم الاتصال والمعلومات، وذلك بسبب تطور البث الفضائي، وتقنيات الاتصال، وشبكة المعلومات، وظهور التلفزيون التفاعلي، وتعدد قنوات البث، وهذه الحالة من التطور جعلت الفضائيات تعيش حالة من السباق والتنافس المستمر، والبحث عن الجديد بهدف الاستحواذ على اهتمام المشاهد، فظهرت برامج الواقع بطرق وأساليب متعددة، وكل حسب فلسفته في العمل الإعلامي ورؤيته الإعلامية إضافة إلى آرائه وأفكاره والايديولوجية التي تحكمه. ويعرف الخبراء تلفزيون الواقع

---

(١) عبد الحليم حمود، تلفزيون الواقع الإنسان في قفص الصورة، (بيروت، دار الهادي، ٢٠٠٨)، ص١٠، ٩.

بأنه (مادة تلفزيونية تتضمن العديد من الأنواع التلفزيونية. أنها إدغام للأنماط التلفزيونية التلفظية (typesof enunciation) التالية: النمط اللهوي أو اللعبي (playful type) والمسابقات والألعاب التلفزيونية، والنمط الوثائقي (documentary type) والنمط الدرامي (fiction type)، وتنتج تصوراً للذات والآخر والعالم، وتحركها مقاصد مختلفة ليست كلها معلنة).

إن هذا التعريف يقترب أكثر من ظاهرة تلفزيون الواقع، ويبين مساهمته في إعادة النظرفي دور الواقع الإعلامي الذي ينتجه في تشكيل الحقيقة الاجتماعية، أو في المكانة الاجتماعية للتلفزيون، وتجديد أشكال الاتصال في المجتمع، وتجسيداً للمقولة المشهورة:"الانتقال من مشاهير الشعب إلى شعب المشاهير" كما يبين لنا التعريف أن عالم تلفزيون الواقع ظهر بعدة أشكال من البرامج تمحورت جميعها على جعل مركز ثقلها "الحديث الاستعراضي" أما موضوعاتها فقد تنوعت وركزت على العلاقات الاجتماعية وما يعتريها من مشاكل، كمصاعب الحياة الزوجية، والخلاف العائلي، ومخاطر تفكك الحياة الأسرية، كذلك الحياة الحميمية للأشخاص، وفي هذا الصدد عبر الباحث الإيطالي (امبرتوايكو) عن أن بؤس حياة بعض عامة الناس وانزلاقها أو انحرافها، وهي ما كانت في السابق مصدر توتر وقلق وانكسار فردي أصبحت بفضل برامج تلفزيون الواقع مادة للفرجة والترفيه(١).

---

(١) مجموعة باحثين، ثورة الصورة:المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مصدر سابق، ص١٤٩

الموقف من تلفزيون الواقع:

عندما برزت فكرة تلفزيون الواقع تعرضت للكثير من النقد، ولم تمر هذه الفكرة مرور الكرام، إذ انبرى لها كثير من النقاد وممن هم مختصون بالنقد التلفزيوني، وبحث الكثير من المفكرين والكتاب والسياسيين والقانونيين مدى شرعية ومواءمة هذه الفكرة لحرية الفرد التي يقول المجتمع الغربي: إنه حريص عليها، لكن أمواج هؤلاء النقاد انحسرت نتيجةً للجماهيرية الكبيرة التي حصلت عليها هذه البرامج، إذ لاقت فكرتهُ الجديدة شعبية مكنته من الاستمرار مع كثرة الانتقادات التي تعرض لها[1].

إن المواقف التي انبرت لفكرة تلفزيون الواقع تباينت بين موقفين هما:

أولاً: الموقف الرافض:

أصحاب هذا الموقف ينتمون إلى عدة اتجاهات متفاوتة في رفضها لبرامج الواقع التي تعرضها وستعرضها القنوات التلفزيونية العربية خاصةً ((ستار أكاديمي)) و((سوبر ستار)) و((ألبوم الخليج)) و((الوادي)) وغيرها من البرامج، كما أن أسباب الرفض متعددة أيضاً، فمنها ما هو أخلاقي إذ يعتبر بعضهم أن هذه البرامج تستغل الفراغ الذي يعانيه الشباب لتشجعه على الاختلاط والرقص، وتدفعه للانحراف عن السلوك القويم أو السليم، وتقليد تصرفات مستوردة وغريبة عن البيئة العربية الإسلامية، وكأنها موجهة إلى الشباب فقط، ومنها ما هو سياسي وايديولوجي إذ يرى بعضهم أنها تختصر اهتمامات المشاهد العربي وتجره إلى ما هو مبتذل وسخيف في الحياة، وتقوم بتقديمه على ما هو جوهري ومصيري في حياة المواطن العربي.

---

(١) عبد الحليم حمود، مصدر سابق، ص١١

كما أن أصحاب هذا الموقف الرافض يشتركون في صفة ألا وهي التعميم في حكم الرفض على كل برامج الواقع المعروفة التي تم بثها على الفضائيات العربية، إذ يصفها هذا الحكم بأنها لا تقدم إلى المشاهد شيئاً ذا بال، ويعدها مؤامرة تستهدف الشعوب العربية الإسلامية في شخصيتها وطموحاتها.

وإذا تم تجريد هذا التيار من الخطاب الوعظي والايديولوجي فإننا نجد أن هذه البرامج ليست حكراً على المنطقة العربية، فهي موجودة في المجتمعات الغربية، وبهذا فإن هذا التيار الرافض لا يتخطى حدود سوسيولوجية الإعلام التنديدية والتي تعتبر عاجزة عن تعميق الفهم لظاهرة ((تلفزيون الواقع)) لانزلاقها السريع من التنديد بها إلى اتهام جمهورها بالسذاجة والسخافة وحتى البلاهة[1].

ثانياً: الاتجاه المتقبل:

يضم هذا الاتجاه العديد من المواقف التي تتحرك من منطلقات مختلفة، إذ يعتقد بعضهم أن برامج الواقع تطرح كنتيجة منطقية لعولمة الثقافة، إذ إنهم لا يرون الثقافة في حيز بعيد ومنفصل عن حركية الاندماج الاقتصادي الذي أصبح بعده كونياً، ويرون أن علينا أن نفهمها في إطار عولمة المشهد الثقافي الكوني الذي تراجعت فيه ((الثقافة المثقفة)) وحل محلها المجال لـ ((لثقافة التسلية أو الترفيه)) وبهذا أصبح الترفيه محوراً أساسياً في النشاطات الاجتماعية للمواطن المعاصر، كما يرى أصحاب هذا الرأي أنه من الصعب الوقوف في وجه تيار العولمة الجارف، ومن الأجدى القبول بمنطقها الثقافي الذي يشرع الترفيه، وأكسب برامج الواقع الشعبية الكبيرة، والتي تمثل ثقافة جديدة، ومن يشكك فليراجع الرسائل القصيرة و المكالمات الهاتفية التي يبعثها المشاركون في هذه البرامج، كما يهلل بعضهم لهذه البرامج ويزعمون بأنها أصبحت ضرورة لإنقاذ المنطقة العربية من

---

(١) مجموعة باحثين، ثورة الصورة:المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مصدر سابق، ص١٣٨

التخلف والرجعية، معتبرين هذه البرامج بمثابة نمط حياة ورؤية للعالم، ومعركة سياسية في المنطقة العربية وليست مادة تلفزيونية ترفيهية، لقد ذهبت المغالاة إلى درجة اعتبار تلفزيون الواقع ظاهرة حداثية وتقدمية، فأحد مؤيدي هذا الموقف يتمنى لو أن العالم العربي كله تحول إلى ستار أكاديمي لعم الأمن والسلام في المنطقة العربية، وساعتها لا وجود للصوص الذين يسرقون الوطن، ولا للإرهابيين، كما أن بعض مؤيدي فكرة تلفزيون الواقع يعتقد أن رفض هذه البرامج والتنديد بها غير مجد لأنها موجودة في المشهد التلفزيوني العربي وتتكاثر باستمرار.

لقد مال الباحث نصر الدين لعيض إلى الاعتقاد بأن (النسبية الثقافية تعبر عن هذا الموقف بشكل منطقي وأكثر واقعية، ليس لكونها تتمسك بنسبية تأثير التلفزيون وبرامجه، بل لاستنادها إلى خلفية نظرية تكشف عن أن التباينات الثقافية بين الشعوب تنعكس، بهذا القدر أو ذاك، في مضامين البرامج التلفزيونية، وأن رؤية منتجيها لها ولجمهورها تخضع، في آخر المطاف، لهذه التباينات)[1].

وللوقوف على البعد النفسي الذي يبين اتجاه الموقفين السابقين قام الدكتور مدحت أبو بكر بتحليل الشكل الجديد ((برامج الواقع)) الوافدة إلى عالمنا العربي معتبراً (أن برامج تلفزيون الواقع نجحت في جذب ملايين المشاهدين إلى المتابعة حتى أولئك الرافضون أصبحوا- إيجائياً- منجذبين إلى المشاركة في هذه الأحداث الفضائية، إما بالمتابعة لمحاولة اكتشاف أسرار جاذبية هذه البرامج التي يرى الرافضون أنها الباب المفتوح على دنيا الملل والضجر والسأم، وإما بالمشاركة الحوارية مع الذين أصيبوا بالتهابات مشاهدة هذه البرامج، وأصبحوا مدمنين يتعاطون الجرعات اليومية، وانشغلوا عن متابعة مختلف القضايا الحياتية محلياً وعالمياً).

---

(١) المصدر نفسه، ص١٤٢، ١٤١

كما اكتشف الذين أكدوا أن هذه البرامج للمراهقين وفئة الشباب فقط أنهم على خطأ، وتنازلوا عن قناعاتهم السابقة عندما اكتشفوا أن هذه البرامج هدمت الجدران العازلة بين المراحل العمرية وأذابت الفوارق بين الطبقات[1].

سلبيات تلفزيون الواقع:

١-إن تلفزيون الواقع يتعارض مع فكرة حرية الفرد التي يقول المجتمع الغربي: إنه حريص عليها.

٢-عمل تلفزيون الواقع على تغيير مفهوم القدوة في المجتمع.

٣-يصف بعضهم تلفزيون الواقع بأنه العين الشريرة التي تدمر الأفراد ليس فقط الذين يشاهدونها بل البنية الاجتماعية برمتها.

٤-إن السلوكيات المنحرفة التي يحاول علم الأخلاق تحديداً تهذيبها ورفعها صوب الأعلى تقوم برامج الواقع بايقاظها عن طريق توجهها المباشر نحو غرائز الأفراد الأكثر انحرافاً محاولةً استثارتها.

٥-تقوم هذه البرامج بحمل الفرد المشارك فيها على القبول بكل شيءحتى يتمكن من النجاح والشهرة، حتى إنها تجبره على نسيان ذاته والتطبع بالطبائع التي يفرضها عليه البرنامج حتى إنْ كانت طبائع رذيلة[2].

---

(١) عبد الحليم حمود، مصدر، سابق، ص٢١.

(٢) المصدر نفسه، ص٣٣، ١٦، ١٣، ١٢، ١١.

تحليل عينة البرامج:

قام الباحث بإنشاء جدول يتضمن: اسم البرنامج، والمدة الزمنية للبرنامج، واسم القناة، وعدد الحلقات المتابعة، ومجموع الوقت الكلي. إذ قام الباحث بانتقاء (٨) حلقات من كل برنامج، وعلى مدى شهرين، مدة كل حلقة (٦٠) دقيقة، ثم قام بحساب مدة بث البرنامج خلال الشهرين، إذ وجد أن المدة الزمنية لبث البرامج الثلاثة: الرابح الأكبر، ومجددون، وستار أكاديمي، هي (٤٨٠) دقيقة من مجموع مدة البث للقنوات التي تعرض البرامج على مدى شهرين، كما قام الباحث بحساب نسبة بث كل برنامج من البرامج من مجموع بث القناة، وتوصل إلى النسب الآتية: برنامج مجددون (٤,١٧٪) وبرنامج الرابح الأكبر (٤,١٧٪) وبرنامج ستار أكاديمي (٤,١٧٪) ووجد أن البرامج تشترك في نسبة البث نفسها.

اسم البرنامج	المدة	القناة	عدد الحلقات	مجموع الوقت
الرابح الأكبر	٦٠ د	MBC	٨	٤٨٠د
مجددون	٦٠د	دبي	٨	٤٨٠د
ستار أكاديمي	٦٠د	LBC	٨	٤٨٠د
المجموع	١٨٠د		٢٤	٤٣٢٠د

أهم القيم التي يركز عليها كل برنامج:

أولاً: القيم الإيجابية:

قام الباحث بإنشاء جدول حدد فيه أهم القيم الإيجابية التي يحاول كل برنامج من برامج الواقع غرسها في المجتمع، وقام باستخراج النسب التي تبين القيم

الإيجابية في البرامج الثلاثة فوجد الباحث أن القيم الإيجابية التي احتواها برنامج مجددون نسبتها (١٠٠٪) وبرنامج الرابح الأكبر (٥٠٪) وبرنامج ستار أكاديمي (١٢,٥٪) واستنتج الباحث أن برنامج مجددون طابعه إيجابي.

ت	القيم الايجابية	برنامج مجددون	برنامج الرابح الأكبر	برنامج ستار أكاديمي
١	التمسك بالعادات والتقاليد	✓	×	×
٢	روح التسامح	✓	×	×
٣	التحدي	✓	✓	✓
٤	مظاهر الاحتشام	✓	✓	×
٥	القدوة الحسنة	✓	✓	×
٦	الاختلاط المشروع	✓	✓	×
٧	نكران الذات	✓	×	×
٨	العمل جماعي	✓	×	×
نسبة الإيجابية		٪١٠٠	٪٥٠	٪١٢,٥

إن القيم الإيجابية التي حددها الباحث كانت نتيجةً لوجودها في البرامج، ففي برنامج مجددون كانت قيمة التمسك بالعادات والتقاليد واضحاً جلياً، لأن البرنامج يحاول ترسيخ العادات والتقاليد العربية والإسلامية كمساعدة المحتاج

والوفاء والإخلاص والصدق، وهي في مجملها عادات إيجابية بل إن البرنامج حاول إعادة إحياء الكثير من العادات الإيجابية التي تركها الناس، كروح المبادرة والبحث عن المحتاجين ومساعدتهم ومد يد العون لهم، ومن ثم فإن هذا يؤكد وجود روح التسامح التي هي أصلاً من القيم المهمة التي تريد فكرة البرنامج إيصالها وغرسها في المجتمع بغية مساعدة هذه الشريحة الكبيرة في العالم العربي من الفقراء والمساكين.

إن القيام بمهام كهذه تهدف إلى مساعدة المحتاجين تتطلب صبراً كبيراً، لأن **المهام التي يقوم بها الأفراد المجددون تتمتع بالصعوبة التي تتطلب نوعاً من** التحدي، على الأفراد المشاركين في البرنامج التحلي به، وهو قيمة عظيمة جسدها الأفراد في البرنامج، وحاولوا إيصالها، وبينوا أن الأعمال الفاضلة تحتاج إلى تحدٍّ وقوة وعزيمة لتحقيقها، كما أن برنامج (مجددون) لفت الانتباه إلى أمر مهم هو مظاهر الاحتشام، وأكد عليها، وبين أنها لا تعتبر معوقاً للقيام بالأعمال المهمة سالفة الذكر، فنجد من خلال متابعة البرنامج أن الملابس التي يرتديها الأفراد المجددون وخصوصاً النساء ملابس إسلامية، تعكس الثقافة الإسلامية، كما أن الألفاظ المستخدمة تدل على رقي أصحابها، وتمتعهم بالثقافة العالية، والتحلي بالأخلاق العظيمة التي يؤكد الإسلام على ضرورة المحافظة عليها.

وفي ما يتعلق بمفهوم القدوة الحسنة، فإن البرنامج من خلال الأفكار التي يطرحها، والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، أثبت هذه القيمة، لأن من أهدافه إبراز قدرات الأفراد المجددون على القيادة والإبداع والتخطيط، وعشرات المهارات الأخرى التي في حال اكتسابها من قبل الأفراد المجددون فإنهم بذلك يصبحون قدوة حسنة لأقرانهم في المجتمع، ومما يؤكد ذلك أن الأفراد عند القيام بالمهام الموكلة إليهم ينقسمون إلى فريقين إناث وذكور ولكل فريق قائد مسؤول عن بقية الأفراد ويقوم بتوجه أقرانه.

إن القيم الإيجابية التي يسعى برنامج مجددون إلى إظهارها وترسيخها في المجتمع هي ظاهرة الإختلاط المشروع، فالمتابع للبرنامج يلاحظ أن لقاءات الأفراد تتم على وفق ضوابط لا تتعارض مع الشريعة الإسلامية، ولا يوجد اختلاط غير شرعي كالذي يحصل في البرامج الأخرى، كالنوم والأكل والجلوس معاً، والاختلاط الذي يحصل بين الأفراد في برامج الواقع الأخرى، ومن سمات البرنامج أيضاً أن العمل يتم بصورة جماعية، إذ يتمتع الأفراد بروح الفريق، ويتقاسمون في ما بينهم تفاصيل المهمة التي توكل إليهم، كما أن الأفراد المجددين بتطبيقهم هذه القيمة فإنهم يحاولون إيصال قيمة أخرى مكملة لقيمة العمل الجماعي، وهي نكران الذات والبعد عن الفردية والأنانية.

أما برنامج الرابح الأكبر فإن القيم التي سعى إلى غرسها في المجتمع تمثلت في عدة قيم أبرزها قيمة التحدي، لأن إنقاص الوزن الزائد ومحاولة الوصول إلى الوزن المثالي تحتاج إلى تحدٍّ كبير وصبر، وهي القيمة الأبرز التي يعمل على إيصالها البرنامج إلى الجمهور، كما أن مظاهر الاحتشام في البرنامج موجودة بصورة طبيعية ومتزنة ومناسبة للذوق العام.

إن المجهود الذي يقوم به المتسابقون يجعل منهم قدوة حسنة محفزة لأقرانهم خارج البرنامج الذين يعانون من مشكلة الوزن الزائد وتجعلهم يقتدون بهم.

كما أن قيمة الاختلاط المشروع متوفرة في البرنامج لاعتماده على مبدأ الثنائيات، ويتألف كل زوج من مشتركين قد يكونان شقيقين أو شقيقتين أو زوج أو زوجة أو صديقين مقربين.

ولدى استعرض أهم القيم التي احتوها برنامج ستار أكاديمي نجد أنه خالٍ من القيم الإيجابية سوى قيمة واحدة هي قيمة التحدي، ونلاحظ أن هذه القيمة هي القيمة الوحيدة التي اشتركت فيها البرامج الثلاثة مع الأخذ بنظر الاعتبار نوع التحدي حسب طبيعة كل برنامج.

ثانياً:القيم السلبية:

قام الباحث بإنشاء جدول حدد فيه أهم القيم السلبية التي يحاول كل برنامج من برامج الواقع غرسها في المجتمع، وقام باستخراج النسب التي تبين القيم السلبية في كل برنامج، فوجد الباحث أن برنامج (مجددون) خالٍ من القيم السلبية على ضوء القيم التي حددها الباحث، وبرنامج الرابح الأكبر كانت نسبة السلبية فيه (٥٠٪) أما برنامج ستار أكاديمي فإن نسبة القيم السلبية (٨٧,٥) واستنتج الباحث أن برنامج ستار أكاديمي طابعه سلبي.

ت	القيم السلبية	برنامج مجددون	برنامج الرابح الأكبر	برنامج ستار أكاديمي
١	التقليد للغرب	×	✓	✓
٢	الانتقام	×	✓	✓
٣	الخنوع	×	×	×
٤	مظاهر العرّي	×	×	✓
٥	القدوة السيئة	×	×	✓
٦	الاختلاط غير المشروع	×	×	✓
٧	الأنانية	×	✓	✓
٨	العمل انفرادي	×	✓	✓
نسبة السلبية		صفر٪	٥٠٪	٨٧,٥٪

قام الباحث بتحديد أهم القيم السلبية في برنامج الرابح الأكبر وبرنامج ستار أكاديمي فقط، في حين أن برنامج (مجددون) خلا من القيم السلبية كما تم ذكره سابقاً، فالقيم السلبية التي احتواها برنامج الرابح الأكبر تمثلت في قيمة التقليد للغرب لكونه عبارة عن نسخة مقلدة عن برنامج غربي، ويتضمن الفكرة نفسها لكن تم التعديل عليه ليوافق الذوق العربي العام، كما أنه احتوى على قيمة سلبية ثانية هي الانتقام نتيجة لاعتماد البرنامج على التصويت الأسبوعي لإقصاء مشترك واحد من البرنامج إلى أن يبقى فائز واحد، وهذه القيمة تجرنا إلى قيمة سلبية أخرى هي الأنانية التي تفرضها طبيعة البرنامج، ومن ثم فإنه يعمل على غرسها والتأكيد عليها، إضافة إلى ذلك فإن القيمة السلبية الثالثة تتمثل بالعمل الانفرادي الذي يبذله الشخص الذي يحاول إنقاص وزنه، مما يزيد من الضغط النفسي لدى المشارك، وعلى المشاهدين خصوصاً الذين لديهم حالة مماثلة، وحتى إنْ بَرَّرَ بعضهم بأن هذه القيمة تعتبر إيجابية لكونها تجعل الفرد يعتمد على نفسه، إلا أنها في البرنامج تزيد من معاناة الفرد بشكل يضغط عليه ويدفعه أحياناً إلى الانهيار وحتى البكاء، مما يجعلها قيمة سلبية.

أما بالنسبة إلى برنامج ستار أكاديمي فإن قيمة التقليد في البرنامج واضحة جداً لأنه في الأصل مستنسخ عن الغرب مع بعض التعديل عليه، إلا أن قيمة التقليد بارزة لأنها تحاول التطبيع مع أفكار مستوردة لاتتماشى مع القيم العربية الإسلامية، كما أن مظاهر الانتقام موجودة في البرنامج بين المتسابقين، لأن هدف كل متسابق الفوز بالمركز الأول وإقصاء منافسه بكافة السبل، لذلك نجد أن مظاهر الخصام والغيرة والألفاظ غير اللائقة لإيجاد نوع من الفتنة بغية التفريق بين بعض المتسابقين، كما أن المتابع للبرنامج يلاحظ أن هذه الأحداث مفتعلة ومقصودة في كثير من الأحيان بل حتى مكشوفة في أحيان أخرى إضافة إلى ذلك فإن البرنامج يحاول غرس قيم وعادات إجتماعية هي في الأصل مستوردة وغريبة

عن البيئة العربية والإسلامية قد تتلاءم ويمكن الانسجام معها في المجتمع الغربي، لكن في المجتمعات العربية لا يمكن ذلك، فالأفكار التي يحملها البرنامج تحاول سلخ الكثير من القيم الإيجابية، وإحلال قيم وتقاليد غربية من أمثال ذلك محاولة التطبيع مع ظاهرة الغناء وترسيخها على أنها شيء طبيعي لا يتعارض مع الشرع، كذلك مظاهر العرّي والملابس غير المحتشمة والاختلاط والعلاقات العاطفية غير المشروعة المخالفة لمنهج الإسلام الحنيف، إضافة إلى الكثير من المشاهد التي تخدش الحياء، وتمثل صورة من صور ابتذال المرأة وتصويرها بطريقة غير لائقة أو غير إنسانية، ويعكس انطباعاً من الانحطاط واللاشخصية لها إنْ كان التعبير صحيحاً، وهذا حتماً يخالف نظرة المجتمع العربي الإسلامي الذي يكرم المرأة ويحترم إنسانيتها، كما أن القدوة التي يصنعها البرنامج تتلاءم مع الأعراف الغربية، وتختلف كلياً مع الأعراف العربية الإسلامية، لذلك فإن القدوة التي يقدمها البرنامج قدوة سيئة، ومع الأسف فإن الكثير من الشباب العربي المسلم قد تأثر بها متناسياً أن في الأمة الكثير من الشخصيات التي مثلت وتمثل عن جدارة القدوة الحسنة التي يجب الاقتداء بها، كما أن البرنامج يؤكد على العمل الفردي وعلى الأنانية ويخلو من العمل الجماعي ونكران الذات، لأن كل متسابق يسعى إلى تحقيق ذاته والعمل من أجل نفسه بغية الفوز والشهرة.

الاستنتاجات:

قام الباحث بالتوصل للنتائج الآتية:

١-تعتبر برامج الواقع بما تتركه من تأثيرات نفسية و سلوكية في المشاهد من خلال ما تحاول أن تغرسه من قيم وأفكار وتخيلات أحد تطبيقات نظرية الغرس الثقافي في الوقت الحاضر.

٢-إن القيم والأفكار التي تحاول أن تغرسها برامج الواقع المستنسخة عن الفكر الغربي لا تتلاءم في مجملها مع الأفكار العربية الإسلامية بل إنها تهدد هذه القيم.

٣-برامج الواقع المقتبسة عن الغرب هدفها الترفيه والتسلية و الربح وغرس القيم السائدة في تلك المجتمعات، ومحاولة تسويقها إلى المجتمعات العربية الإسلامية.

٤- إن هذه البرامج تقيد حرية الفرد التي يقول المجتمع الغربي: إنه حريص عليها.

٥- إن برامج الواقع تمثل أحد أنماط العولمة، والوسيلة المؤدية إلى ذلك هي القنوات الفضائية أجنبيةً كانت أم عربية.

٦- إن برامج الواقع تحاول أن تغير مفهوم القدوة في المجتمع.

٧- إن ظهور برامج الواقع التي تحمل الطابع الديني (الإسلامي) تحديداً جاءت كنتيجة طبيعية للرد على البرامج المقتبسة من البيئة الغربية.

٨- إن برامج الواقع ذات الطابع الديني من خلال محاولتها ترسيخ و إعادة إحياء القيم والأفكار الفضيلة المنسية أو المتروكة فإنها تتميز بالطابع الإيجابي.

٩-أغلب برامج الواقع المستنسخة عن الغرب تحمل الجانب السلبي؛ لأن

طابعها عولمي وتحاول تصدير ثقافات جديدة، كالأختلاط والتعري، محاولةً بذلك نسخ الثقافة الأصيلة للمجتمعات المصدرة إليها.

١٠-قيمة التحدي هي أكثر قيمة تشترك بها برامج الواقع.

التوصيات:

١-ضرورة بناء منظومة إعلامية عربية إسلامية هادفة تعمل على فضح المخططات التي ترمي إليها برامج الواقع المقتبسة عن الغرب ذات الطابع السلبي باعتبارها إحدى الأدوات المستخدمة لفرض العولمة على المجتمعات العربية.

٢-ضرورة فرض الرقابة الإعلامية على هذه البرامج المقتبسة من قبل الجهات الرسمية المختصة في الدول العربية للحد من محاولة نشرها لوجود قيم لا تنسجم مع قيم المجتمعات الإسلامية.

٣-العمل على إنتاج برامج ذات طابع تنموي نهضوي تقوم بتغيير اهتمامات الجمهور العربي وخصوصاً فئة الشباب، وتوجيه أنظارهم إلى القضايا والمشاكل التي تواجه المجتمعات العربية.

٤-دعم وتشجيع برامج الواقع ذات الطابع الإسلامي والتوسع في إنتاجها من قبل الفضائيات العربية والإسلامية والعمل على تنويع أفكارها حسب مقتضيات المرحلة ولمواجهة البرامج ذات الطابع الغربي.

٥-ضرورة القيام بدراسات إعلامية واسعة بقصد معرفة اهتمامات الجمهور ومدى تأثره بأفكار برامج الواقع بغية إيجاد المعالجات المناسبة.

المصادر والمراجع

١- ال زغيرسعيد مبارك، التلفزيون والتغيير الاجتماعي في الدول النامية، (بيروت، دار الهلال، ٢٠٠٨)

٢- البياتي ياس خضير، مقالة بعنوان الفضائيات الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مجلة المستقبل العربي، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ع١، ٢٠٠١)

٣- الدليمي حميد جاعد، أساسيات البحث المنهجي، الجزء الأول، (بغداد، شركة الحضارة، ٢٠٠٤).

٤- العبيد ماجد، الإرهاب الإعلامي على الوطن العربي، (بيروت، دار المعرفة، ٢٠٠٥)

٥- حمادة بسيوني إبراهيم، دراسات في الإعلام وتكنلوجيا الاتصال والرأي العام، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٨).

٦- حمود عبد الحليم، تلفزيون الواقع الإنسان في قفص الصورة، (بيروت، دار الهادي، ٢٠٠٨).

٧- عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤).

٨- سنو مي العبد الله، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير ، (بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦)

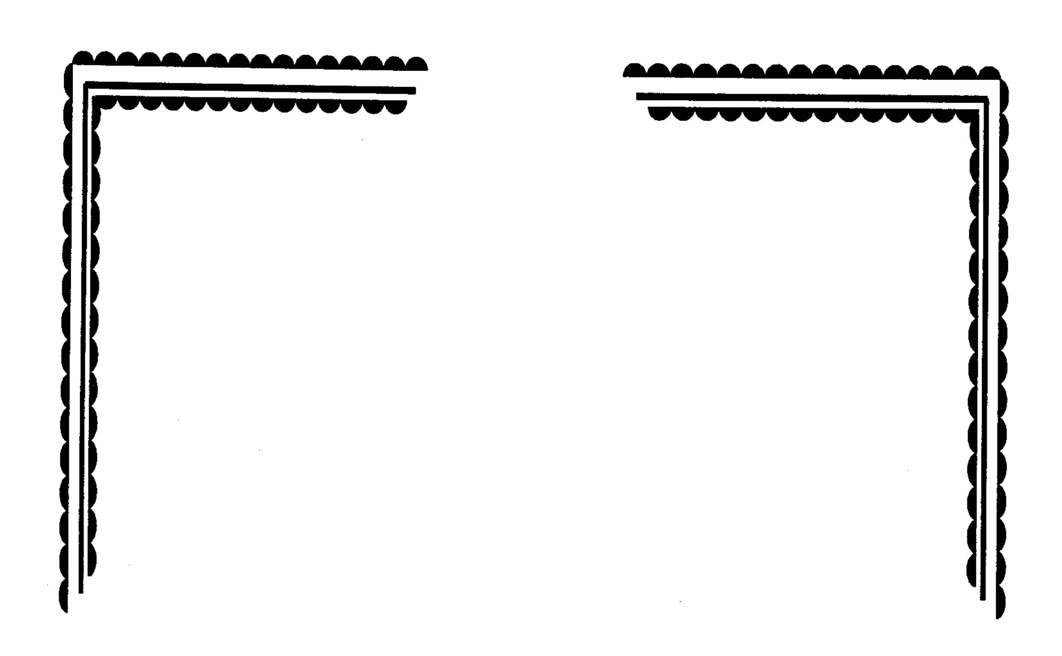
٩- مجموعة باحثين، ثورة الصورة: المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨)، سلسلة كتب المستقبل العربي (٥٧).

١٠- محمود محمد فريد، وسائل الإعلام السعودية والعالمية (بيروت، دار الهلال، ٢٠٠٨).

١١- ماكويل دنس، الإعلام وتأثيراته، تعريب عثمان العربي، (القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، ١٩٩٢).

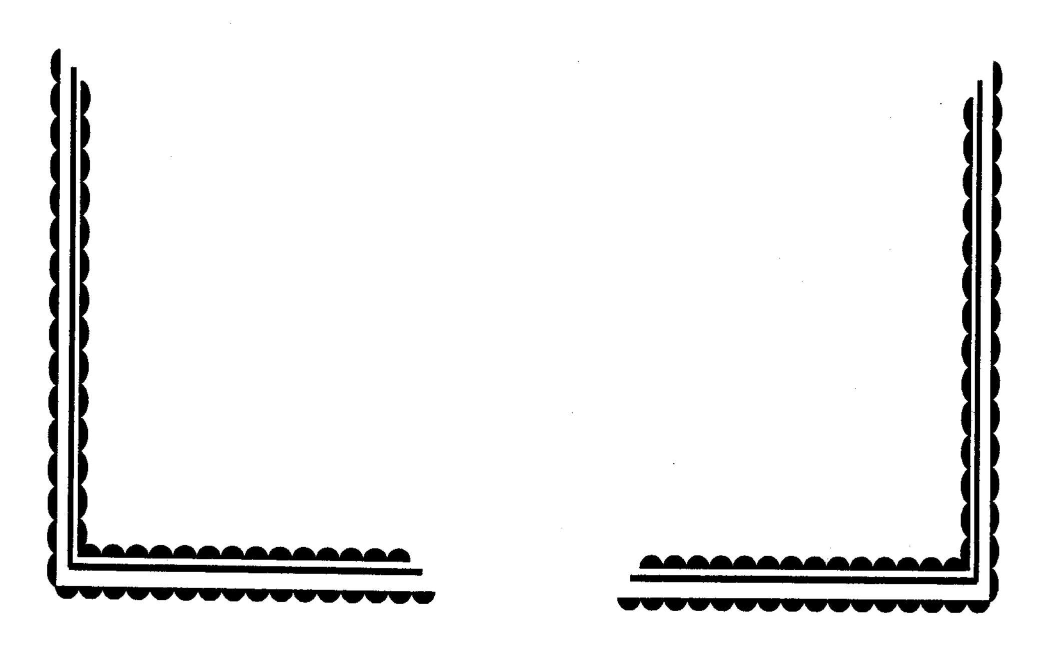
١٢- مكاوي حسن عماد، ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (بيروت، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٩).

١٣- مهنا فريال، علوم الاتصال في المجتمعات الرقمية، (دمشق، دارالفكر، ٢٠٠٢).



المحور الثالث

الخصائص الاجتماعية للقائم على الاتصال



سوسيولوجيا (الخصائص الاجتماعية) للقائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي

د. يسرى خالد إبراهيم

كلية الإعلام – الجامعة الإسلامية

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ وَأَنْ أَتْلُوَا الْقُرْءَانَ فَمَنِ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِۦ وَمَن ضَلَّ فَقُلْ إِنَّمَا أَنَا مِنَ الْمُنذِرِينَ ﴿٩٢﴾ ﴾ [النمل: ٩٢]

مدخل

نظراً للتطورات السريعة والكبيرة في ميدان الاتصال والإعلام، وما أحدثه من تغييرات في العملية الاتصالية بكافة أشكالها وصورها، وما توفره البرامج الدينية من مضامين معرفية أساسية في عملية التنشئة الاجتماعية، إذ تمكنت القنوات الإسلامية من تشكيل روافد معرفية وثقافية للجمهور المسلم بكافة شرائحه ومكوناته ومستوياته الثقافية، أصبح لزاماً علينا دراسة هذه العملية وعناصرها برؤية ومنظور جديد، والبحث عن أساليب بحثية أكثر حداثة لمعالجة المشكلات التي رافقت هذه التطورات، إذ يمتد ثراء المفهوم الديني على أساس مايقدم الداعية من معلومات غائبة عن أذهان الجمهور، أو بحاجة إلى توضيح وتفسير، لذلك فتعدد الدعاة واختلاف اتجاهاتهم الفكرية والمعرفية وأساليبهم في العرض والإقناع، له دور كبير في وصول الرسالة الإسلامية لأكبر شريحة من المجتمع المسلم، ولما للإعلام من أهمية في حياتنا وتأثير على نشاطاتنا اليومية، وله دور في تحديد الأدوار والتأثير في الثقافة، كما يسهم في عملية الإقناع، وهنا تظهر شخصية المتحدث أو القائم في الاتصال ومكانته، ومدى قبول الناس له، ورضاهم عنه ليتقبلوا آراءه

ودعوته، إذ يصبح مصدر ثقة المتلقي بل إنهم يتأثرون بمقدار جاذبيته وطريقته في عرض الأفكار والحجج التي يقدمها، [1] إذ يرى ولبر شرام (أن معظمنا يعتمد على مخرجات الإعلام في الكثير من القضايا العامة والخاصة).

فقد أصبحت الساحة العربية والثقافية تضج بالقضايا الفكرية منها السياسية والفلسفية والدينية، والتي تطرح للاستهلاك والنقاش، لذلك نجد أن هناك تمازجاً بين المتبنين للفكر الغربي والمناصرين للفكر العربي، ومع ذلك فإننا نجد أكثر هذه القضايا بعيدة عن العقيدة والأفكار الأصيلة لكونها مجترة من ثقافات أخرى[2]، ويرى علم الاجتماع الإسلامي أن هناك علاقة تبادلية في المجتمعات الإنسانية حددها الله سبحانه وتعالى في الفطرة البشرية، فكانت الشريعة أساس كل التبادلات منذ أن خلق الإنسان على هذه الأرض، فالجماعات الإنسانية من وجهة نظر الإسلام عبارة عن أنماط في العلاقات التبادلية السلوكية المستمدة من الشريعة، تعمل على بناء المجتمع في أنظمة اجتماعية لها دور في الضبط الاجتماعي والحفاظ على الكيان الإنساني، [3] فهناك عاملان أساسيان يربطان بين أنماط العلاقات التبادلية للبناء الاجتماعي الإسلامي[4]:

الأول: أن كل أنماط العلاقات في المجتمع صادرة من منبع واحد وهو شرع الله

الثاني: وجود وحدات بنائية بديلة، وتنتشر بأنماط وصور مختلفة، لكي تربط بين كل الأنماط والمصدر، والدعاة والمصلحون هم الذين يتكفلون عملية نقل الرسالة

---

(١) عبد الرحمن عيسوي، علم النفس الإعلامي، موسوعة ميادين علم النفس المجلد السابع، (بيروت، دار الراتب الجامعية، ٢٠٠٤)، ص٨

(٢) محمد عابد الجابري، بنية العقل العربي، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٨، ٢٠٠٧)، ص٥٧٢

(٣) محمد علوان، مفهوم إسلامي جديد لعلم الاجتماع، (بيروت، دار الهلال، ٢٠٠٨)، ص٦٩

(٤) المصدر نفسه، ص ٧٣

والتراث في المجتمع.

ومما لاشك فيه أن الانتشار الواسع للبث الفضائي التلفزيوني ساهم في تحطيم عزلة الجمهور الأمي في العالمين العربي والإسلامي، وساعد على نشر الوعي والتثقيف الديني في المجتمعات البعيدة والتي تنتشر فيها الأمية.

ونظراً لاتساع التراث الثقافي الإسلامي فلا بد للقائمين على الاتصال من الاجتهاد مع الأخذ بنظر الاعتبار حيوية العلاقة القائمة في عصر التقنيات والمعلوماتية الجديدة بين الإسلام والحرية، وبين الإسلام والديمقراطية، ولامناص من ملاحظة مدى أهمية الاقتران والتلاحم بين قيم الحرية والديمقراطية، وبين آليات ومنهجيات الاجتهاد[1]، وذكرت دراسة أجريت في اتحاد إذاعات الدول العربية، تبين اهتمام القنوات العربية بالبرامج الدينية، إذ بلغت في قناة أبو ظبي ٢٣، ٥ ساعات من مجمل البرمجة التلفزيونية الأسبوعية وفي قناة الكويت ومصر ٧، ٥ ساعات في حين يتراوح عدد الساعات في قناتي ٧ التونسي والأردني بين (٦-٥) ساعات أسبوعياً، كما ذكرت الدراسة أن من أكثر المتابعين للبرامج الدينية هم من كبار السن، وتتراوح أعمارهم بين (٤٠-٥٠) سنة، والنساء بين (٢٠-٥٠) سنة[2]، ومع ذلك فأن موضوع القائم بالاتصال الإسلامي لم يأخذ بعد حقه في الاهتمامات البحثية مع تعدد الدراسات الإعلامية وتنوعها.

ولاشك أن خصائص التقنيات الاتصالية الجديدة قد خلقت عالماً من التفاعل يختلف جذرياً عما كان عليه في السابق، فكان سبباً في حدوث انقلاب في الاتجاهات والمفاهيم، مما ساهم في كسر جمود المجتمعات الإسلامية تمهيداً لحركة

---

(١) فريال مهنا، علوم الاتصال في المجتمعات الرقمية، (دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٢)، ص٥٨٩

(٢) مجموعة باحثين، البث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية، (تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، ١٩٩٨)، ص٥٣

متصاعدة تخرجها من سباتها، [1] فقد أصبح التلفزيون اليوم وسيلة مهمة للإعلام والتعليم والتثقيف، فإذا كانت التكنولوجيا بمعناها الواسع هي جانب الثقافة المتضمن المعرفة والأدوات التي يؤثر بها الإنسان في العالم الخارجي، ويسيطر بها على المادة لتحقيق النتائج العلمية المرغوب فيها، فالمعرفة العلمية هي التطبيق العلمي للتكنولوجيا التي استطاعت أن تقدم لنا مفاهيم اللغة والشريعة والعقيدة الدينية في التراث الإسلامي، لكن بأساليب أكثر تنويراً، تهدف إلى تحرير العقل العربي من القيود والعودة إلى الأفكار التي غرسها الرعيل الأول من مفكري الأمة، أمثال ابن حزم والشاطبي وابن خلدون، فليس الهدف استنساخ هذه الأفكار والآراء بل العمل على توظيف ما تحويه من نزعة عقلانية كمنطلق لعلاج المجتمع بالاستناد إلى فكر العصر ومنطقه، [2] وتعمل البرامج الدينية على تجذير قيم وأنماط سلوكية في المجتمع بما ينسجم وتعاليم الإسلام الحنيف بهدف خلق التفاعل البناء بين الوسيلة والجمهور، فقد أدت البرامج الدينية في فضاء التنشئة الاجتماعية، وأثرت في خلق جيل من الشباب الملتزم والمعتز بعقيدته ورسالته التي كلف بنقلها إلى الإنسانية جمعاء[3]، فهناك موضوعات دينية تم تجميدها عبر السنين، لذلك أصبح أمام المفكرين الإسلاميين المتنورين تحدٍّ في إخراج تلك الموضوعات من عالمها الأسطوري، وهذا العمل بالطبع سيجابه بمقاومة من الجمهور الذي توارث تلك الأشياء من جيل إلى جيل، فهي بحاجة إلى براعة ومثابرة واجتهاد مناسبين لغرض التصدي لهذه الموضوعات، وتصحيح تلك المفاهيم[4]، فالإعلام الإسلامي [5] هو إعلام تنموي يتسم بالشمولية ومن أهم أهدافه هو

---

(١) فريال مهنا، مصدر سابق، ص٥٦٨

(٢) محمد عابد الجابري، مصدر سابق، ص٥٧٢

(٣) مجموعة باحثين، الجمهور العربي والبث التلفزيوني المباشر، مصدر سابق، ص٥٦

(٤) فريال مهنا، مصدر سابق، ص٨٦-٨٧

(٥) نتحدث هنا عن إعلام إسلامي وليس إعلام ديني، لأن الإعلام الديني قد يتلبس فيه الفهم لأي ملة أخرى كالمسيحية أو غيرها، لذلك فضلنا التحديد بالإعلام الإسلامي لخصوصيته عن بقية أنواع الإعلام المتخصص بل يمكننا أن نعده أكثر أنواع الإعلام المتخصص تخصصاً.

التغيير الاجتماعي وللعملية التنموية حسب رأي المفكرين لها أبعاد عدة منها:[1]

١- البعد الإيديولوجي.

٢- البعد الحضاري.

٣- البعد الدولي.

٤- البعد الإداري.

وان أول ما تهدف إليه التنمية هو (بناء الإنسان بناءً معنوياً وتهيئ لهم سبل التفكير الموضوعي في مختلف المسائل، وتزيد قدرتهم على الخلق والابتكار، وإلى إثراء الوجدان بالقيم الروحية والتقاليد الأصيلة، ومحو الأمية بكل أشكالها، وإشاعة التفاؤل، وإزالة كل الضغوط النفسية والاجتماعية، وتحقيق جو ديمقراطي تزدهر فيه كل طاقات الفكر الخلاق، والإبداع الفني الرفيع وصولاً إلى بناء الأمة)[2] ويحدد الخبراء أبرز أهداف البرامج الدينية بالآتي[3]:

-نشر العقيدة الإسلامية والدين الإسلامي والتعريف بأحكامها وأصولها وقواعدها.

-محاولة المحافظة على تعاليم الدين والسلوك الإسلامي والتعريف بالحضارة الإسلامية .

-التعريف بالتراث الإسلامي والثقافة العربية.

-دحض الدعاوى المغرضة ضد الإسلام وتصحيح الصورة المشوهة عنه لدى الغرب.

---

(١) إبراهيم عبدا لله المسلمي، الإعلام والمجتمع، (دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٧)، ص٧٥-٨٠

(٢) المصدر نفسه، ص ٨٦-٨٧

(٣) سامي الشريف، الفضائيات العربية رؤية نقدية، (القاهرة، دار النهضة، ٢٠٠٤)، ص١٠٢

-تصحيح المفاهيم الخاطئة لدى المسلمين خاصة المقيمين خارج البلاد العربية.

-الاهتمام بتعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها بهدف التوعية بأهداف الإسلام الحنيف.

فبعد كل هذا فإن البحث عن سوسيولوجيا(١) القائم بالاتصال الإسلامي هو موضوع معقد لكونه يحتل مكاناً متميزاً في التحكم بتدفق المعلومات والمعارف من جانب، ويمتلك الأفكار والقيم والقدرة على تصحيح مكنونات المجتمع من جانب آخر، فالدراسة السوسيولوجية للقائمين بالدعوة مازالت في طورها الأول ولم تحظ بعد بالاهتمام اللازم إذا ما قورنت باهتمامات الأبحاث في المجالات الأخرى، خاصة دراسة المحتوى وديموغرافية الجمهور.

وإذا أردنا تحليل شخصيات القائمين بالاتصال الإسلامي فإننا نواجه إشكالية في أنواع نشاطات الدعوة الإسلامية، لأن لكل نشاط غرضه ومقصده، فلا معنى لنشاط لا هدف له ولا مقصد، لذلك كانت رسالات الأنبياء عليهم السلام واضحة وليست غامضة، كما في قوله تعالى: ﴿ وَءَاتَيْنَٰهُمَا ٱلْكِتَٰبَ ٱلْمُسْتَبِينَ ﴿١١٧﴾ وَهَدَيْنَٰهُمَا ٱلصِّرَٰطَ ٱلْمُسْتَقِيمَ ﴿١١٨﴾ ﴾ [الصافات: ١١٧ – ١١٨] كما كان أصحاب رسول الله صلى الله علية وسلم يدركون منذ البداية ما معنى دخولهم في الإسلام، وما هي المراحل الحتمية التي سيخوضونها باعتناقهم لهذا الدين(٢)، وقد انقسمت أبحاث القائم بالاتصال حسب الاهتمامات البحثية إلى مجموعات هي(٣):

١-مجموعات اهتمت بدراسة عينة من مجتمع القائم بالاتصال.

---

(١) المنجد في اللغة، السوسيولوجيا:علم أحوال الهيئة الاجتماعية وهو الخصائص الاجتماعية للقائم بالاتصال، (بيروت، دار المشرق، ط٤٢، ٢٠٠٧، ص٣٦٢

(٢) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، (القاهرة، دار الفجر، ٢٠٠٣)، ص٢١٣

(٣) محمد قيراط، قضايا إعلامية، (الكويت، دار الفلاح، ٢٠٠٦)، ص٣٤

٢-مجموعات ركزت على تطور وازدهار العملية الاتصالية وتقنياتها.

٣-مجموعات ركزت على الدراسات السلوكية التي اهتمت بعدة نماذج لقياس الاحترافية.

٤-مجموعات اعتمدت على عينات منتظمة وممثلة مجتمع البحث، شملت عدة محاور بحثية، كالخلفية التعليمية والاجتماعية للقائم بالاتصال، والاحترافية، والتوجهات المهنية، والقيم الإخبارية، والرضا الوظيفي، والالتزام والتفاني في العمل من قبل القائم بالاتصال.

ومع الاختلافات والتباينات في الدراسات الإعلامية التي اهتمت بالقائمين بالاتصال إلا أنها لم تنظر إلى كل الزوايا التي تشكل هذه العملية، فمثلاً دراسة القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي قد يختلط الأمر على كثيرين في تحديد من هو القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي، أهو المذيع أم معد البرامج أم هو المفكر الإسلامي والعالم الديني؟ أيهما ينطبق عليه مصطلح الداعية؟ إذ أحياناً قد يختلط الدوران بدور واحد، فما هو الحكم المناسب في هذه الحالة؟ لذلك اهتمت الدراسة بتوضيح الجوانب الآتية:

١- من هو القائم بالاتصال الإسلامي.

٢- أهمية دراسة القائم بالاتصال الإسلامي وخصائصه.

٣- اتجاهات القائم بالاتصال.

٤- الداعية والمجتمع.

ويمكننا هنا تحديد المنهجية بالآتي:

أهمية البحث:

تنظر هذه الدراسة في إشكالية سوسيولوجيا القائم بالاتصال من خلال استعراض أهم التوجهات لكل منهما، والمقاربات البحثية التي اهتمت بهذه العملية، والتطرق إلى متغيرات القائم بالاتصال في العملية الاتصالية، والحاجة إلى دراسة هذا البعد المهم في الاتصال، فالتراث العلمي والمعرفي في حقل علوم الاتصال والإعلام مازال بحاجة إلى سوسيولوجية القائم بالاتصال، لذا فإننا في هذه الدراسة نستعرض مفاهيم مهمة توضح من هو القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي من خلال التفريق بين الداعية الذي يقدم المادة العلمية المتخصصة، والمفكر الإسلامي الذي يتولى عملية الشرح والتوضيح والتفسير، ومقدم البرنامج الذي يقوم بالإعداد للبرنامج وترتيب فقراته، إما منفرداً أو بالتعاون مع الداعية، وتحديد الإجابات المناسبة لفهم وإدراك الجمهور.

مشكلة البحث:

يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:

١- من هو القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي أهو المذيع أم الداعية أم المذيع الداعية أم المفكر الإسلامي؟

٢- ما مفهوم كل منهما في العملية الاتصالية من خلال ما يقدم؟

٣- هل هناك تخصصات فرعية في الإعلام الإسلامي؟

٤- كيف يتوجه القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي إلى جمهوره، وهل يختار جمهوره أم يختاره الجمهور؟

٥- ما هي الخصائص والمقومات الواجب توفرها في القائم بالاتصال في

الإعلام الإسلامي وخصائص الداعية الناجح؟

أهداف البحث:

١- تقديم إطار نظري لمفهوم القائم بالاتصال الإسلامي، وتحديد المفهوم في الفرق بين القائم بالاتصال الداعية المفكر والعالم والقائم بالاتصال مقدم البرامج والمعد والمحرر.

٢- بيان أهم الجوانب المميزة بين كل من الداعية والمقدم.

٣- تسليط الضوء على بعض الجوانب الإيجابية والسلبية في القائمين بالاتصال الإسلامي.

٤- تقديم نموذج لما يمكن أن يكون عليه الداعية الجيد.

٥- توضيح أهم الجوانب التي يتميز بها الداعية في الإعلام الإسلامي عنه في المجالات الأخرى.

منهج البحث:

يعتمد البحث المنهج الوصفي إذ يرتبط البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة[1]، وفي هذا البحث تم انتخاب مجموعة من القائمين بالاتصال الإسلامي من مفكرين وعلماء من جانب وإعلاميين من جانب آخر، بهدف تحديد المكون الاجتماعي للقائم بالاتصال والجوانب السلبية والإيجابية في هذه الشخصية.

---

(١) السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته ومناهجه، (الكويت، دار الفلاح، ٢٠٠٨، ص٢١٠

عينة البحث:

عينة البحث هم القائمون بالاتصال الإسلامي، وتم اختيار العينة بصورة عمديه بناء على متطلبات البحث، وتحددت العينة بفئة من الدعاة المفكرين وعلماء الدين وعدد من مقدمي البرامج الدينية لإجراء التحليل والجوانب التي يركز عليها القائم بالاتصال.

المحور الأول: من هو القائم بالاتصال الإسلامي:

في صناعة الإعلام يعد القائم بالاتصال هو المحور الرئيس في العملية الاتصالية، فهو البعد الأساس الذي يعتمد عليه في تشكيل الرسالة على وفق معايير ومقاييس، وعلى وفق خلفيته وتفكيره وإيديولوجيته، وكذلك إيديولوجية المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها.

فمن هو القائم بالاتصال الإسلامي؟

وما هي مكانة القائم بالاتصال في العملية الاتصالية؟

وما هي خصائص واتجاهات القائم بالاتصال؟

فالقائم بالاتصال هو شخص محترف (يحاول التأثير في الناس لكي يتبنوا أفكاراً معينة يشعر أنها ضرورية ومهمة، فهو طبيب اجتماعي يعالج أمراض النفوس، ويصلح أوضاع المجتمع الفاسد، فهو قائد في محيطه، وسياسي في بيته، وزعيم لفكرته)[1] إذ يؤكد العديد من الدراسات والبحوث في ميدان الإعلام أن موظفي وسائل الإعلام من محررين وكتاب ومقدمي برامج يؤثرون في المادة الإعلامية من خلال الحذف والتغيير، ومن ثم يتحكمون في طبيعة المعلومات، وأشكال المعارف التي يتم نقلها إلى الجمهور. إذ يقول ابن رشد: (إن للمتكلمين دور كبير في فهم

---

(1) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق، ص٢١٠

العقيدة من خلال ما يقولون وما يعبرون إن الذي يقولونه بطريقتهم، وحسب فهمهم للمادة المعرفية، وأسلوب طرحهم للمسائل العقلية والعلمية قد يفرغ المفهوم من الحكم التي يتضمنها أو قد يغنيها بالحكم، لذلك ينبغي الانطلاق من النظام والترتيب اللذين في العالم بوصفهما تجليات للحكمة ودليلاً عليهما)[١]

ويؤدي القائم بالاتصال دوراً استراتيجياً في العملية الاتصالية؛ لأنه يترك بصماته على الرسالة، لكونه يشكلها على وفق معايير ومقاييس وضغوط مؤسساتية، لان القائم بالاتصال عن طريق انتقائه للمعلومات واختياره لها، يصور الواقع الاجتماعي والسياسي والثقافي الذي يعيشه المجتمع بأسره، ويقول رستون: (إن الطبيب يؤثر في الصحة الفيزيولوجية لمرضاه، والمحرر يؤثر في الصحة الفكرية لقرائه) فللقائم بالاتصال دور مهم في تحديد أجندة الجمهور، إذ يرى كوهن أن العالم ينظر بصفة مختلفة إلى مختلف الشعوب، ليس بناءً على اهتماماتهم الشخصية فحسب، وإنما على الخارطة المرسومة لهم من قبل الكتاب والمحررين، فالقائم بالاتصال يؤدي دوراً مهماً في تحديد أجندة الجمهور[٢].

فالقائم بالاتصال هو قائد رأي في مجتمعه، وتقع على عاتقه مسؤولية بناء هذا المجتمع، أو تسميمه بالأفكار والقيم الهدامة للمكون الاجتماعي. ومن أهم خصائص القائم بالاتصال في المجتمعات الإسلامية ما يأتي[٣]:

١-يشرف القائم بالاتصال مباشرة على تجميع وصياغة ووضع الرسالة الإعلامية في شكلها النهائي إلى الجمهور.

٢-قد يقوم القائم بالاتصال بصياغة الرسالة منفرداً، أو قد يكون عضواً في

---

(١) محمد عابد الجابري، مصدر سابق، ص٥٧٠

(٢) محمد قيراط، قضايا إعلامية، مصدر سابق، ص٢٥

(٣) المصدر نفسه، ص٣١-٣٢

فريق من القائمين بالاتصال لتأدية المهمة ذاتها.

٣-يعد القائم بالاتصال من الناحية القانونية والأخلاقية مسؤولاً مسؤولية مباشرة عن الرسالة الإعلامية التي يشرف على صياغتها وصناعتها للجمهور، وهذا يتطابق مع اللغة الانكليزية في التسمية مثل (jour nalists، communicator ، news men).

والداعية كقائد للرأي يحدث تأثيرات كبيرة في المجتمع من خلال ما ينشر من أفكار تهدف إلى تنوير المجتمع وتثقيفه بأصول الدين وعلومه، وذلك بالاعتماد على عاملين:(١)

-الميل إلى المحاكاة -وهي خاصية من خواص الإيحاء التي تجعل الفرد يتأثر بمشاهدة الآخرين وهم يسلكون سلوكاً معيناً، أو يقومون بعمل من الأعمال، وخاصة إذا كان ذا مركز اجتماعي متميز.

-الثقة - ثقة الجمهور بالداعية لها دور كبير في تحديد مستوى الاستجابة، وهذه تتطلب جهداً متميزاً من الداعية في محاولة كسب ثقة الجمهور ونيل رضاه لتحقق الرسالة الإعلامية أهدافها.

وقد حددت النظرية الإعلامية الإسلامية أسلوب تعامل الجمهور مع الدعاة حتى تكون بذلك الصورة الذهنية التي تجعلهم في موضع الثقة والتأثير، لذلك علينا وضع الدعاة في المكانة الاجتماعية والمادية اللائقة بهم، وأن نقوّم أي خروج على ذلك، سواء من ناحية الدعاة ووسائل الإعلام، أو من جانب ممن يتخذون الدين ستاراً لتحقيق مآربهم.

كما أننا يجب أن ننظر إلى القائم بالاتصال كونه يخضع لضغوط المؤسسة

(١) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق، ص٢٢٠

الإعلامية والسياسية فهو نتاج النظام الذي تعلم فيه وكبر وتربى على عاداته وتقاليده وقيمه[١].

المحور الثاني -أهمية دراسة القائم بالاتصال الإسلامي:

ولأن غالبية الدول الإسلامية هي دول نامية فإن مؤشرات أهمية القائم بالاتصال في الدول النامية تتطابق مع مؤشرات القائم بالاتصال الإسلامي[٢]:

١-إن غالبية الدول الإسلامية هي دول نامية منهمكة في مخططات ومشاريع تنموية تربوية، ومخططات البناء والتشييد التي تتطلب شبكات اتصال قوية وفعالة.

٢-إن القائم بالاتصال في الدول النامية مطالب أن يقوم بأدوار مهمة وعديدة فهو المربي والمحلل والمحفز على التغيير والتنمية، وهو حلقة الوصل بين القمة والقاعدة.

وعلى الداعية أن يرتب أولوياته حسب الأهمية، إذ يمكن تحديد هذه الأولويات بالآتي[٣]:

١-الدعوة إلى توحيد الله عَزَّ وجل، وإفراده بالعبادة، ووصفه بكل صفات الكمال، وتنزيهه عن الشريك، وهي القضية الأولى التي تصدت لها الدعوة الإسلامية من اليوم الأول.

٢-الإيمان بالله واليوم الآخر ومافيه من بعث وحساب وحشر وجزاء ﴿ فَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُۥ ۝٧ وَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُۥ ﴾ [الزلزلة: ٧-٨].

---

(١) محمد قيراط، مصدر سابق، ص٤١.

(٢) المصدر نفسه، ص٣١.

(٣) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق، ص٢١٤-٢١٥ .

٤-تجسيد محاسن الإسلام وبيان مزاياه وتقريب مفاهيمه وحقائقه للناس، كل حسب استعداده ومداركه.

٥-بيان طرق العبادات من طهارة وصلاة وحج وزكاة وجهاد.

٦-تحديد طرق المعاملات الصحيحة من بيع وشراء.

٧-بيان المنهج السليم لعلاقة الإنسان بربه ونفسه والمجتمع.

٨-الترغيب في عمل الخير ببيان مآثره العاجلة.

٩-بيان الحلال والحرام على الصعيد العام والخاص.

١٠-الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

١١-محاربة المذاهب الهدامة ودحضها بالحجة.

١٢-محاربة البدع السارية في حياة المسلمين من عقائد وسلوك.

١٣-ترهيب عمل الشر وبيان آثاره.

وتتوقف مقدرة الداعية على الإقناع والتأثير على عوامل كثيرة، وحسب قول أرسطو: (إن الإقناع يتحقق عن طريق شخصية المتكلم إذا جعلنا نعتقد أنه يمكن تصديقه، ومعنى هذا أن هناك صفات معينة أو ظروفاً معينة تتعلق بشخصية المرسل تساعده على الإقناع)[1] ويرى الكثير من خبراء علم الاتصال والاجتماع أن هناك حاجة ماسة لدراسة القائمين بالاتصال لما يلي[2]:

١-بسبب الدور الذي يقومون به كحراس ومراقبين يتمتعون بصلاحية نقل المعلومات والمعارف للتعرف على أسلوب فهمهم لدورهم و نظرتهم إلى جمهورهم.

---

(١) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، ص٢١٢

(٢) محمد قيراط، مصدر سابق، ص٣٠

٢-التحقق في تأثير المؤسسة الإعلامية والإطار البيروقراطي الذي تعمل فيه على المنتج النهائي للرسائل.

٣-تقييم تأثير الخلفية الاجتماعية والقيم الشخصية والقوانين المهنية والأخلاقية على عملية الاختيار والمراقبة التي يقوم بها الداعية؟

فالداعية هو القدوة الحسنة التي يصبو إليها كل مسلم في التمثيل بمبادئ الإسلام، وأن يصبح سلوكه مطابقاً لقوله، ويتضح ذلك المبدأ من قوله تعالى: ﴿أَتَأْمُرُونَ ٱلنَّاسَ بِٱلْبِرِّ وَتَنسَوْنَ أَنفُسَكُمْ﴾ [البقرة: ٤٤] إذ تتسلسل مراتب القدوة في النظرية الإعلامية الإسلامية ابتداء من الرسول ﷺ الذي وصل إلى درجة أن أصبح خلقه القرآن كما في قول السيدة عائشة (رضي الله عنها) وكما قال ﷺ: (أدبني ربي فأحسن تأديبي)[١] ولهذا دعت النظرية الإعلامية الإسلامية إلى أن يكون لهم في رسول الله أسوة حسنة ﴿لَّقَدْ كَانَ لَكُمْ فِى رَسُولِ ٱللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا۟ ٱللَّهَ وَٱلْيَوْمَ ٱلْءَاخِرَ﴾ [الأحزاب: ٢١] وقد ترتب على نظرية القدوة الحسنة التي أخذت بها النظرية الإعلامية نظرية جديدة هي نظرية الطاقات والقدرات الأساسية، فالإنسان كما خلقه الله تعالى طاقة، وتختلف هذه الطاقات والقدرات من شخص إلى آخر[٢].

المحور الثالث: اتجاهات القائم بالاتصال:

يعرف البورت الاتجاه بأنه (ذلك الاستعداد العقلي والعصبي الذي يتكون نتيجة للخبرات المتوالية، والذي يوجه استجابة الفرد إزاء الأشياء والمواقف المختلفة)[٣] وتمثل الاتجاهات نظاماً متطوراً للمعتقدات والميول السلوكية وتنعكس هذه الاتجاهات على عملية الاتصال بصورة مباشرة، فالاتجاهات النفسية التي يتحمل

---

(١) صحيح مسلم.

(٢) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق، ص٢٥٤.

(٣) المصدر نفسه، ص٢٢٤.

القائم بالاتصال أو الداعية أو الفرد المستقبل للرسالة تؤثر في عملية الاتصال، فهناك ثلاثة اتجاهات تم تحديدها من قبل خبراء الاتصال هي[1]:

اتجاه الداعية نحو نفسه:

إذ يؤثر اتجاه الداعية نحو نفسه على مدى فاعليته، فثقته بنفسه مستمدة من قوة رسالته، وثقته بمعلوماته، وتبدأ هذه الثقة منذ النشأة الأولى للداعية.

اتجاه الداعية نحو الجمهور:

ويقصد إحساس الجمهور بحب الداعية، وهو من العوامل المهمة التي تتحكم في نجاح أو فشل العملية الاتصالية، إذ يتبين حب الداعية لجمهوره من خلال اهتمامه واحترامه لجمهوره، إذ أكدت النظرية الإعلامية الإسلامية على هذا المعنى، وأن يتعايش مع واقع جمهوره ليخلق جواً من الود والحب بين الداعية والجمهور، وفي إطار هذه المعاملة يجب على الداعية وهو يعامل الناس أن يشاركهم حياتهم لايفرق بينهم بسبب جنس أو لون أو مال أو جاه كما في قوله تعالى: ﴿ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ﴾ [الحجرات: ١٣].

اتجاه الداعية نحو الموضوع:

وهي من الجوانب المهمة التي تحدد فاعليته فعندما نقرأ مقالاً أو نسمع محاضرة يتكون في أذهاننا انطباع عن اتجاهات الكاتب أو المتحدث نحو الموضوع، فلا بد للداعية من الاقتناع قبل الإقناع، ولابد من الإخلاص قبل العمل، كما في قوله تعالى عندما حث رسوله الكريم على إعلان الدعوة ﴿ قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ لَا شَرِيكَ لَهُ ۖ وَبِذَٰلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾ ﴾ [الأنعام: ١٦٢، ١٦٣]

---

(١) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق، ص٢٢٥-٢٢٦-٢٣١.

ونجده يحرص على مسألة الاقتناع والإيمان بالدعوة، ويختار من قصص السابقين ما يؤكد هذا المعنى، ويقدمه بأسلوب جذاب وشيق.

وهكذا ركزت النظرية الإسلامية على أهمية الإيمان للداعية، وربت أتبعاها على الإيمان العميق والثابت الذي لا يتزعزع مهما صادفته محنة أو شدة، ومهما كانت حالة من ضعف وقلة، حتى لو بقي هو وحده المؤمن بها، وهو أيضاً الإيمان الذي جعل بلالاً (رضي الله عنه) يتحمل ما تحمل، وصهيباً يستعذب النار، وسمية تستخف بالقتل.

المحور الرابع: الداعية والمجتمع:

إن الفرد يتأثر سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي الذي كونه عن العالم المحيط به، والأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى معين، ويفسرون هذه المدركات على وفق المحيط بهم، فللمركز الاجتماعي للداعية دور في النظام الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع، إذ تعد من المقومات الرئيسة لنجاح أية دعوة، وليس في تاريخ الدعوات دعوة كتب لها النجاح بدعاة في مؤخرة الصف الاجتماعي، بل إن الدعوة الإسلامية لم تتأخر إلا عندما أهمل شأن الدعوة، وعندما تحالفت عوامل كثيرة على وضع الدعاة في مؤخرة الصفوف اجتماعياً ومادياً وأدبياً مما ساعد على اهتزاز الصورة الذهنية للداعية لدى الجمهور من خلال التركيز على بعض الصفات الذميمة لدى بعضهم وتعميمها على الآخرين؛ لإشاعة جو من عدم الثقة، وكانت الصحافة الرائدة في هذا المجال[1]، وإذا قارنا بين موقف وسائل الإعلام من الداعية وموقف القرآن الكريم كما قدمته النظرية الإسلامية نجد فارقاً كبيراً، فالقرآن يأبى على المسلمين أن ينادوا رسول الله ﷺ براعنا ومع أنها

(١) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق، ص٢٢٢.

من الرعاية أي الحفظ إلا لمجرد التباسها بكلمة توهم عند اليهود، وهذا نجده في قوله تعالى: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَقُولُواْ رَٰعِنَا وَقُولُواْ ٱنظُرۡنَا وَٱسۡمَعُواْۗ ﴾ [البقرة: ٤٤] ولأن الإسلام دين وسطية واعتدال في كل الأمور والعبادات، وتستمد هذه الوسطية شرعيتها من قوله تعالى: ﴿ وَكَذَٰلِكَ جَعَلۡنَٰكُمۡ أُمَّةٗ وَسَطٗا لِّتَكُونُواْ شُهَدَآءَ عَلَى ٱلنَّاسِ وَيَكُونَ ٱلرَّسُولُ عَلَيۡكُمۡ شَهِيدٗاۗ ﴾ [البقرة: ١٤٣] فالوسطية هي الموازنة بين الأمور وبين عنصري المرسل والمستقبل أو الداعية والجمهور، فالداعية يقدم شروحه وتفسيراته وتحليلاته لمشكلات الحياة ويحدد أهدافه سلفاً لخلق جو من الثقة المتبادلة بينه وبين جمهوره، [١] وتعد علاقة الإعلام بالدين علاقة تبادلية، فالإعلام أداة فعالة للدعوة الدينية والحفاظ على التراث الإسلامي من نصوص وطقوس وشعائر، فإن صلة الإعلام بالدين قوية، ولها دور مهم في تشكيل القيم والعادات والتوجهات، [٢] وتظهر الدراسات أن معظم المثقفين العرب على اختلاف اتجاهاتهم متفقون على أن الدين أحد الثوابت في تكوين شخصية الأفراد في المجتمعات العربية إذ لا يزال الاعتبار الديني يغلب على بقية الاعتبارات، إذ لا يسأل الجمهور هل هذا الرأي صحيح أم خطأ؟ بل يسألون هل هو مخالف للدين أم مطابق له، [٣] لذلك يعتبر الدين أداة لتعبئة الجماهير، فلابد من الاهتمام بنشر الوعي الديني، لأنه يشكل عاملاً بالغ الأثر في استقطاب الجماهير.

والنظرة الإسلامية للتغيير تتفق والفكر الإسلامي، وهذا يوضحه الحديث الشريف (من سن سنة حسنة فله أجرها وأجر من عمل بها إلى يوم القيامة)[٤] فدين الإسلام هو دين صلاح من خلال قدرته على تحقيق التغيير الإيجابي في حياة

---

(١) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة، دار الفجر، ٢٠٠٤)، ص٦١٠.

(٢) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، (الكويت، سلسلة عالم المعرفة، ت ٢٦٥، ٢٠٠١)، ص٣٨٨.

(٣) سمير إبراهيم حسين، الثقافة والمجتمع، (دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٧)، ص٣٩٦.

(٤) صحيح مسلم، مصدر سابق.

المجتمعات والشعوب، وذلك حسب رأي ابن القيم (رحمه الله)(إن الشريعة مبناها وأساسها على الـحِكَم ومصالح العباد في المعاش والمعاد، وهي عدل كلها، ورحمة كلها، ومصالح كلها، وحكمة كلها، فكل مسألة خرجت عن العدل إلى الجور، وعن الرحمة إلى ضدها، وعن المصلحة إلى المفسدة، وعن الحكمة إلى العبث، فليست من الشريعة)[1] فقد عمل الإسلام من خلال دعاته على نشر أفكار الخير والفضيلة، كما تمكن الكثير من البرامج الدينية أن تثبت أن الإسلام هو دين حضارة وتقدم يواكب التغيير ويتقبله بما يناسب أسس المنطق والعقل، فحث على الانتفاع بالقرآن بالقول: اجمع قلبك عند تلاوته وسماعه وألق سمعك، واحضر حضور من يخاطبه به سبحانه، فإنه خطاب للبشر على لسان رسوله الكريم ﷺ[2]، لذلك فقد حددت النظرية الإسلامية جوانب معينة يجب أن يتمتع بها الداعية من حيث المستوى الثقافي والمعرفي وهي[3]:

١-مستوى معرفة الداعية عن نفسه، لأن معرفة النفس نصف الطريق إلى النجاح، وأكثر الناس احتياجاً لمعرفة أنفسهم هم الدعاة، وإن إدراك الداعية لهذه المعرفة يؤثر على المضمون الذي يقدمه.

٢-مستوى معرفة الداعية للموضوع، لأن قدرته المعرفية تؤثر على مدى فاعليته، فهو لن يتمكن من نقل موضوع لا يعرفه، ولا يستطيع أن ينقل بفاعلية موضوعاً لا يفهمه.

٣-مستوى معرفة الداعية عن الجمهور التي تعد من أهم العوامل التي تساعد على نجاح دعوته.

---

(١) ابن القيم، إعلام الموقعين، بيروت، دار الكتب العلمية، ١٩٩١م، ج٣، ص ١١.

(٢) سعيد مبارك آل زعير، التلفزيون والتغيير الاجتماعي، (بيروت، دار الهلال، ٢٠٠٨)، ص٤٦.

(٣) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق، ص(٢٣٥-٢٤٥).

٤-مستوى معرفة الداعية للظروف المحيطة، أي فهم الواقع فهماً موضوعياً.

ثقافة الداعية: في هذه النقطة تتوزع ثقافة الداعية في عدة محاور أهمها[1]:

-**الثقافة الإسلامية**: وهي أهم عدة بالنسبة للداعية ومصادرها القرآن الكريم وتفسيره والسنة النبوية والفقه وغير ذلك من العلوم الإسلامية.

-**الثقافة التاريخية**: تعد من المسلمات للداعية لان عليه أن يدرس التاريخ لا للاهتمام بجزئياته وتفصيلاته وإنما لاستخلاص العبر والعظات.

-**الثقافة الأدبية واللغوية**: لأن اللغة بنحوها وصرفها لازمة لسلامة اللسان وصحة الفهم لها.

-**الثقافة الإنسانية**: أي أن يلم الداعية بأصول العلوم الإنسانية، مثل علم النفس والاجتماع والاقتصاد والفلسفة والأخلاق والتاريخ لكونها مواضيع وثيقة الصلة بموضوع الإنسان بمختلف اتجاهاته وميوله.

-**الثقافة الإعلامية**: وهي الطريق للوصول إلى الجمهور، وهي حصيلة مجموعة من العلوم مثل علم الدلالة ومناهج البحث وفنون التحرير والإخراج ونظريات الإعلام إضافة إلى علوم الرأي العام والدعاية والعلاقات العامة.

-**الثقافة العلمية**: وهي تقوم على الملاحظة والتجريب، يستفيد الداعية من الثقافة العلمية في تأييد وتوضيح مفاهيمه، كما تساعده على معرفة القضايا المتعارضة مع مفاهيم القرآن وتوضيحها وشرحها وتقديم الحجج والبراهين لبيان الصواب فيها.

الخبرة الميدانية والعملية من خلال التواصل مع المجتمع بمشكلاته ومتغيراته الحياتية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

---

(١) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق ، ص(٢٤٦-٢٤٨)

المحور الخامس: الدراسة التحليلية للقائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي:

في ضوء هذه الدراسة نقدم مسحاً جزئياً للقائمين بالإعلام الإسلامي في الفضائيات العربية، واخترنا لهذا عينة عمديه قصديه بما يناسب وسياقات الدراسة، وقد تم تقسيم القائمين بالاتصال الإسلامي على نوعين على وفق جدولين الأول يوضح القائم بالاتصال (العالم والمفكر الإسلامي المتخصص) والثاني مقدم البرنامج الإسلامي، وأحياناً قد تتقاطع الأدوار إذ أن كثيراً من مقدمي البرامج الذين يعدون البرامج ويقدمونها هم أيضا دعاة.

وفيما يأتي الجداول:

جدول رقم (١)

القائم بالاتصال الإسلامي من المفكرين والعلماء

الداعية	البرنامج	القناة	الفئة المستهدفة	الشكل البرامجي	الموعد	مدة البرنامج	موضوعه
زغلول النجار	الإعجاز والقرآن	اقرأ	عام	حواري	أسبوعي	٣٠د	الإعجاز العلمي
محمد هداية	طريق الهداية	دريم	عام	حواري	أسبوعي	٦٠د	العقيدة
محمد عمارة	الرد الجميل	اقرأ	عام	حواري	أسبوعي	٦٠د	إسلام سياسي
عمر عبد الكافي	أمهات المؤمنين	الشارقة	عام	حديث مباشر	أسبوعي	٦٠د	حكم ومواعظ
محمد سعيد رمضان البوطي	كرسي العلماء	الرسالة اقرأ	عام	حديث مباشر	أسبوعي	٦٠	فكر إسلامي
الحبيب علي الجفري	لحب المصطفى	دريم	عام	حديث مباشر	أسبوعي	٦٠د	حكم

علي جمعة	مفاهيم افتائية	اقرأ الرسالة	عام	حواري	أسبوعي	٦٠د	مفاهيم
عايض القرني	سيرة الصالحين	اقرأ	للشباب	حديث مباشر	أسبوعي	٦٠د	حكم ومواعظ
محمد بن موسى الشريف	قصص الأولين	اقرأ	للشباب	حديث مباشر	أسبوعي	٦٠د	تاريخ إسلامي
طارق سويدان	صناعة القادة	الرسالة	للشباب	حديث مباشر	أسبوعي	٦٠د	سيرة
عمرو خالد	خواطر قرآنية، قصص القرآن، صناع الحياة	الشارقة اقرأ أبو ظبي	للشباب	حديث مباشر	يومي	٦٠د	حكم ومواعظ
محمد جميل القدسي	غذاؤك دواؤك	اقرأ	عام	حواري	أسبوعي	٦٠د	الأطعمة والقرآن الإعجاز العلمي
أيمن سويد	إتقان تلاوة القرآن	اقرأ	للشباب	حواري	يومين في الأسبوع	٩٠د	تلاوة
عبلة الكحلاوي	فتاوى النساء	اقرأ الرسالة	للنساء	حواري	أسبوعي	٦٠د	مواعظ
لينا الحمصي		الرسالة	للنساء	حديث مباشر	يومي	٣٠د	مواعظ
نواره هاشم	قرة العين	اقرأ الرسالة	للشباب	حديث مباشر	أسبوعي	٣٠د	مواعظ وحكم
محمود المصري	ليلة في بيت الرسول	اقرأ	للشباب	حديث مباشر	أسبوعي	٣٠د	سيرة

جدول رقم (٢)

القائم بالاتصال من المتخصصين الإعلاميين (المذيع – مقدم البرامج الدينية)

القائم بالاتصال	اسم البرنامج	القناة	الجمهور المستهدف	الشكل البرامجي	موعد التقديم	المدة
علاء بسيوني	طريق الهداية	دريم	عام	حواري	أسبوعي	٦٠د
محمد خالد	لمسات بيانية	الشارقة	عام	حواري	أسبوعي	٦٠د
محمد مصطفى كامل	مفاهيم إفتائية	اقرأ	عام	حواري	يومين في الأسبوع السبت والاثنين	٦٠د
راضي سعيد	الرد الجميل	اقرأ	عام	حواري	أسبوعي	٦٠
مصطفى حسني	خدعوك فقالوا الجزء الثالث	اقرأ	الشباب	متعدد الأشكال منوع	أسبوعي	٦٠
نيرمين	فتاوى النساء	اقرأ والمحور	النساء	حواري	أسبوعي	٦٠د

وفيما يأتي جدول يبين نسبة الاهتمام بالموضوعات:[1]

جدول رقم (٣)

الموضوع	التكرار	٪
حكم ومواعظ	٧	٤١، ١٨٪
إعجاز علمي	٢	١١، ٧٧٪
تاريخ إسلامي	١	٥، ٨٨٪
عقيدة	١	٥، ٨٨٪
مفاهيم	١	٥، ٨٨٪
فكر إسلامي	١	٥، ٨٨٪
تلاوة	١	٥، ٨٨٪
إسلام سياسي	١	٥، ٨٨٪
سيرة	٢	١١، ٧٧٪
المجموع	١٧	١٠٠٪

(١) الهدف من هذا الجدول توضيح أهم الموضوعات التي تركز عليها البرامج الدينية وذلك لغرض بيان مواطن الضعف والجوانب المهمة التي غفلت عن معالجتها، وهو لايشمل كل ما يقدم على القنوات الدينية من برامج، وفي الحقيقة إن إنتاج البرامج الدينية شهد تقدماً كبيراً بعد انتشار البث الفضائي وذلك لعدم وجود ما يقابلها في الإنتاج الأجنبي من جانب، وكذلك عدم اللجوء إلى التقليد من جانب آخر، والنقطة المهمة في هذا الميدان تمكن العديد من الدعاة من كسب ثقة الجمهور المسلم والاقتراب منه بسبب ما وفره البث الفضائي من إمكانيات تفاعلية في البرامج وأساليب الإنتاج والإثارة والموضوعية في العرض والتقديم.

في هذا الجدول يتبين لنا القصور في تقديم برامج توضح العقيدة الصحيحة وتشرح للجمهور المسلم أهم الجوانب وأخطرها في الحياة، إذ شكلت نسبة ٥، ٨٨٪ وكذلك البرامج التي توضح المفاهيم الإسلامية الغامضة وتشرحها للجمهور بشكل مناسب، ونجد أن أغلب البرامج تركز على جوانب الموعظة والحكم والأمثال وقصص الصالحين التي شكلت نسبة (٤١، ١٨٪) نعم هي مفيدة في اتخاذ العبر عن الأولين، لكن هناك العديد من الجوانب التي يجهلها الجمهور مثل الإعجاز العلمي في القرآن وما وصلت إليه اكتشافات الغرب بإثبات الأدلة والبراهين على علمية القرآن في خلق الكون والسماء، وحكمة الخالق في ذكر بعض أنواع الأطعمة ومرات ذكرها وتفسير ذلك التكرار، كلها أمور بحاجة إلى تركيز وبناء علمي جديد بهدف عرضها على الجمهور المسلم، وهنا يبرز دور القائم في الاتصال والطرق الإقناعية التي يتبعها في إبراز الحجج والبراهين لإثبات الحقيقة العلمية.

وفيما يأتي شرح للأفكار التي يحاول كل داعية التركيز عليها والفئة التي يستهدفها: [١]

١- د. محمد عمارة- مفكر إسلامي يهتم بالتراث والتاريخ الإسلامي، ويعتمد التحليل السياسي لقيام الدولة الإسلامية بناء على معطيات تاريخية بهدف تنوير المجتمعات العربية والإسلامية، وتعريفهم بالتاريخ العربي الإسلامي، ورفع الوعي الجماهيري بنقاط القوة التي يتمتع بها الفكر العربي بهدف زرع الثقة في نفوس الجماهير المسلمة.

---

(١) قامت الباحثة باختيار عمدي لعينة من الدعاة عرض أهم الأفكار التي يركز عليها كل منهم صحيح هناك العديد من الدعاة يتفاوتون في أساليب العرض والشرح واستخدام الطرق الإقناعية لجذب الجمهور في عرض الأفكار لكن هذا الاختيار جاء بناء على طبيعة البحث الذي يهدف معرفة الجوانب السسيولوجية في شخصية القائم بالاتصال الإسلامي.

٢- د. محمد هداية:- يركز في برامجه على قضية العقيدة السليمة، ويعتمد تقديم تفسير لكلمات جزئية من القرآن الكريم، وشرح المداخلات البلاغية لها، ويؤكد على ضرورة التفسير البلاغي الصحيح للقرآن الكريم بهدف فهم العقيدة الإسلامية فهماً صحيحاً، وتخليصها من البدع والشوائب التي أصابتها، فقدم العديد من البرامج الدينية منها (الدين القيم، وطريق الهداية).

٣-د. زغلول النجار:- وهو أستاذ في علوم الأرض ومهندس بترول يعتمد تفسير النظريات العلمية وذكرها المسبق في القرآن الكريم لبيان مظاهر الإعجاز العلمي في القرآن، مثل خلق الكون والسماء والبحار، ويؤكد على ضرورة فهم القرآن فهماً علمياً، كونه ذكر العديد من النظريات العلمية في علوم الفيزياء والكيمياء والفلك والطب قبل ١٤٠٠ سنة من اكتشافها وإثباتها.

٤-عمر عبد الكافي:- يعتمد مآثر الصحابة والصالحين، وأهل بيت الرسول والسيرة النبوية السمحة، وحياته مع أزواجه وبناته، لاستخراج العبر بخلق الوعي الديني بين الجمهور المسلم، وهو يقول في ذلك: (إني أحاول نشر الإسلام بين المسلمين أولاً ومن ثم بين غير المسلمين، لأن الكثير من المسلمين لا يعرفون شيئاً عن تاريخهم ولا يفقهون شيئاً من تراثهم).

٥-د. عبلة الكحلاوي:- داعية إسلامية اتخذت لها أنموذجاً للأم الصالحة المسلمة لتكون قدوة لنساء هذا الجيل من الأمهات، وهدفها معالجة المشكلات الأسرية بروح العاطفة والإرشاد الديني من خلال توجيه وتثقيف المرأة المسلمة بأصول الدين وشرائعه، وتوعيتها بدقائق الدين الإسلامي، وشرح كل ما يخص المرأة وما تحتاج إلى معرفته من الدين والأمور الشرعية.

٦-نواره هاشم:-مثال للفتاة المسلمة تتجه في برامجها إلى الشباب بالحديث عن المسلمات البسيطة كالوضوء والصلاة والتقرب إلى الله بالاعتماد على أحاديث

وقصص من التاريخ وسيرة المصطفى عليه أفضل الصلاة والسلام بهدف تثقيف الشباب، وتعريفهم بأمور عقيدتهم، وضرورة التمسك بالثوابت الإسلامية من خلال ذكر أمثلة ومواعظ عن السلف الصالح وبيان أهم المواقف الإنسانية.

٧-د. لينا الحمصي:- أستاذة الشريعة في جامعة دمشق، تتناول العديد من الموضوعات الحساسة في الحياة الزوجية وبطريقة جريئة ومتحفظة في ذات الوقت من خلال اختيار العبارات المباشرة والدقيقة، فتراها تصل إلى الفكرة دون أن تخدش الحياء، وهي تساهم في نشر الوعي الثقافي والديني بين نساء المسلمين.

٨-عمرو خالد:- داعية شاب قدم العديد من البرامج، وعادة يركز برامجه في شهر رمضان بشكل يومي، من أبرز ما قدم (خواطر قرآنية، والسيرة النبوية، وقصص الصحابة والتابعين، وأسماء الله الحسنى، وحقق برنامجه الأخير قصص القرآن نجاحاً كبيراً في رمضان العام الماضي إذ نال موقعه المرتبة الأولى من الزوار خلال شهر رمضان الماضي، كونه ابتكر طريقة جديدة في تقديم قصص الأنبياء، وذلك بالذهاب إلى الموقع الذي شهد الحدث، وشرح المعجزات التي رافقته ليري المشاهد الحقائق عن قرب، وهو يتوجه بصورة مباشرة إلى الشباب، كما قدم برامج جماهيرية أساسها التوجيه الفكري الإسلامي، تحدث عن التكافل والإنتاج والتطوير مثل برنامج (صناع الحياة) وحالياً على قناة دبي برنامج بعنوان (الحياة والأمل).

٩-د. محمد سعيد رمضان البوطي:- مفكر إسلامي وداعية كبير، له العديد من المؤلفات في فقه السيرة والقيم الإسلامية، ويركز على الأخلاق الإسلامية وضرورة التمسك بها، ويحاول تصحيح العديد من الأخطاء والشوائب التي نالت من شخصيات عربية وإسلامية، ويعطي أسباب هذا التشويه ويفسره للرد على الأصوات الهدامة التي تعمل على تشويه الشخصيات الإسلامية بهدف تفريغ

التاريخ الإسلامي من محتواه بهدم شخوصه ومفكريه.

١٠- د. أحمد الكبيسي:- مفكر إسلامي يركز على البلاغة وتفسير الكلمات القرآنية وإمكاناتها في اللغة بهدف إحياء اللغة العربية وإعادة بريقها من خلال بيان بلاغة القرآن وسحر ألفاظه.

١١-د. عائض القرني:- قدم العديد من البرامج الوعظية والإرشادية وفي مجالات متنوعة ومختلفة، وناقش العديد من القضايا الدينية منها قصص القرآن، وتفسير القرآن، وسيرة الصحابة، ومشكلات العصر، فهو داعية يتوجه إلى المجتمع بشكل عام لكن بعض موضوعاته تهتم بالشباب بشكل خاص، ويمتاز بالأسلوب الواضح والسلس والبساطة والاسترسال في السرد.

١٢-محمد بن موسى الشريف:-يركز على الشخصيات الإسلامية غير العربية ويبين أهم إنجازاتها في التاريخ وما قدمته للإسلام من نصرة وعون ودفاع عن العقيدة.

١٣-أيمن سويد:- قدم على مدى عشر سنوات برنامج التلاوة في القرآن، والآن يقدم برنامج إتقان التلاوة، ويجمع في برنامجه بين الحديث المباشر والحوار بهدف تصحيح التلاوة للمشاهدين وتعريفهم بأهم القرآءات في القرآن.

١٤-طارق سويدان:- يمتاز بتوجهه إلى فئة الشباب غالباً، وتنوع في تقديم البرامج من حديث مباشر إلى حواري إلى أسلوب الندوات والاستطلاعات، مثل برنامج الوسطية، وهو برنامج يعتمد الحوار بأسلوب الندوة، ويتخذ أشكالاً مختلفة من الاستطلاعات ومشاركات الجمهور وبرنامج (صناعة القائد) أيضاً، يعتمد أسلوب الندوة وبرنامج (أحسن القصص) و(قصة النهاية) اعتمد فيها الحديث المباشر.

الخاتمة والاستنتاج

وبناء على ما تقدم فإننا نستنتج مايأتي:

١- تعمل البرامج الدينية على تجذير قيم وأنماط سلوكية في المجتمع بما ينسجم وتعاليم الإسلام وقيمه وشرائعه.

٢- كان للبرامج الدينية دور في تثقيف الجمهور وخلق جيل من الشباب الملتزم الواعي بالعقيدة.

٣- تمكن العديد من القائمين بالاتصال الإسلامي من كسب ثقة الجمهور المسلم وإعجابه بما قدم من معلومات وشرح لموضوعات كان الإنسان المسلم بأمس الحاجة إليها.

٤- اتخذت البرامج الدينية أشكالاً ونماذج في العرض والتقديم بأفكار مستحدثة ومبتكرة في الإنتاج البرامجي، تميزت في قدرتها على زيادة الوعي الديني بين الجمهور المسلم.

٥- هناك عدد من الدعاة العراقيين في قنوات فضائية عربية يعدون مفخرة للعراق في نقل رسالته بالعلم وفقه الدين والفكر النير، وهم في الوقت ذاته خسارة للإعلام العراقي لأنه لم يظفر بخبراتهم وعلومهم.

٦- مع كل هذه الإيجابيات فإن هناك العديد من الدعاة الذين لم تتضمنهم العينة كان لهم فعل سلبي على الدعوة، وكانوا سبباً في انصراف الناس عن الدين الإسلامي، لأنهم أعطوا مثالاً سيئاً للدعوة بأساليبهم المتشددة تارة، وعدم فاعليتهم مع الجمهور تارة أخرى، وعدم مواكبتهم لظروف وتطورات العصر ومعطياته من جانب آخر.

٧- كذلك مازالت البرامج الإسلامية مع ما حققت من تقدم وتنوع فهي في أول

الطريق وبحاجة للابتكار والبحث عن الجديد لتحسين المستوى، سواء من الجانب العلمي والمعرفي والمعلوماتي أو الجوانب الفنية في التقديم والعرض أو أساليب الاتصال الإقناعي المتبعة في عرض الآراء والأفكار والحجج، فما زال الإعلام الإسلامي يخطو خطواته الأولى ولم يتخذ بعد الشكل الذي يؤهله ليكون بمستوى إعلام متقدم، وكذلك مازال يعاني الإهمال في الجوانب البحثية والدراسات الإعلامية لأن نوعاً من الدراسات كهذه بما تقدم من فروض ومعطيات تساهم كثيراً في تطوير الإعلام الإسلامي وتقدمه.

التوصيات:

١- من أهم ما نوصي به هو أهمية تدريس الإعلام الإسلامي في أقسام وكليات الإعلام كجزء من الإعلام المتخصص، والعمل على تخريج نخبة من الإعلاميين الدعاة القادرين على إعداد وتقديم برامج دينية تتفق وأسلوب عصر المعلومات.

٢- تفعيل العلاقة بين الدعاة والجمهور وكسر الحواجز بينهم بهدف خلق حالة من التفاعل المثمر بين الداعية والجمهور.

٣- هناك عدد من الكليات تهتم بدراسة علوم القرآن والفقه هدفها تخريج دعاة لذا يفضل أن تدرس الإعلام الإسلامي وبيان أهم خصائصه ومقومات نجاحه، ويفضل الابتعاد عن أسلوب المعلم والطالب في تقديم المادة الإسلامية، ومحاولة إذابة الحواجز بين العلماء والدعاة وجمهورهم ليحقق الإعلام الإسلامي هدفه.

٤- في عصر المعلومات وانفجار المعرفة يفضل الابتعاد عن الأنماط الجامدة والتقليدية، والبحث عن الجديد والمبتكر، والشريعة الإسلامية والقرآن هو

لكل العصور، لذا يفضل التغيير الدائم للخروج عن الروتين.

٥- الاهتمام بزيادة إنتاج البرامج التي توضح العقيدة وتشرحها بشكل مبسط للجمهور واختيار الشخصيات المناسبة لهذه الأدوار.

٦- الاهتمام ببرامج تركز على موضوع الإعجاز العلمي في القرآن وأهم النظريات التي أثبتها الغرب مؤخراً وذكرها القرآن قبل ١٤٠٠سنة فهو قرآن لكل العصور.

المصادر

١- القرآن الكريم

٢- المنجد في اللغة والإعلام، (بيروت، دار المشرق، ط٤٢، ٢٠٠٧).

٣- محمد عابد الجابري، بنية العقل العربي، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط٨، ٢٠٠٧).

٤- مجموعة باحثين، البث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية، (تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، ١٩٩٨)، ص٥٣.

٥- فريال مهنا، علوم الاتصال في المجتمعات الرقمية، دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٢.

٦- إبراهيم عبدا لله المسلمي، الإعلام والمجتمع، (دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٧.

٧- سامي الشريف، الفضائيات العربية رؤية نقدية، (القاهرة، دار النهضة، ٢٠٠٤).

٨- محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، (القاهرة، دار الفجر، ٢٠٠٣).

٩- محمد قيراط، قضايا إعلامية، (الكويت، دار الفلاح، ٢٠٠٦) .

١٠- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، (الكويت، سلسلة عالم المعرفة، ت ٢٦٥، ٢٠٠١)، ص٣٨٨.

١١- سمير إبراهيم، الثقافة والمجتمع، (دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٧)، ص٣٩٦.

١٢- صحيح مسلم، (بيروت، دار إحياء التراث، ٢٠٠٠).

١٣- ابن القيم، الفوائد، القاهرة، دار ابن الجوزي، ٢٠٠٦).

١٤- سعيد مبارك أل زعير، التلفزيون والتغيير الاجتماعي، (بيروت، دار الهلال، ٢٠٠٨).

١٥- عبد الرحمن عيسوي، علم النفس الإعلامي، موسوعة ميادين علم النفس، (بيروت، دار الراتب الجامعية، ٢٠٠٤).

١٦- محمد علوان، مفهوم إسلامي جديد لعلم الاجتماع، (بيروت، دار الهلال، ٢٠٠٨).

١٧- السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته ومناهجه، (الكويت، دار الفلاح، ٢٠٠٨).

١٨- ابن القيم، إعلام الموقعين عن رب العالمين، بيروت، دار الكتب العلمية، ط١، ١٤١١هـ-١٩٩١م.

صناعة النجومية الإعلامية

في البرامج الدينية

الدكتورة: أيسر خليل إبراهيم

كلية الإعلام – الجامعة الإسلامية

مقدمة

يحتاج المجتمع المسلم إلى شخصيات متوازنة ذات قيمة فعلية تأخذ بيده وتؤثر فيه نحو تحقيق ذاته، ولتقديم مسار الأفراد وتحديد الأطر التطبيقية للعمل التنفيذي الخاص بالدعوة الإسلامية.

لذا فإن المجتمع المسلم بحاجة إلى نماذج (شخصية) من نوع خاص أو (فريدة) لديها الدافعية القوية في التأثير على شخصية المسلم، ولديها القدرة على جعل المتلقي يحبها بفعل رقتها في الخطاب، ولغة التسامح والعفو التي تتكلم بها، وتحسن اختيار الألفاظ المهذبة المنطقية، وتجيد فن الحوار والمناقشة والجدل، لديها اهتمام بالمظهر الذي له دور في التأثير على الناس، هندامها محترم ومنظمة الخطوات رشيقة العبارة ومستعدة لكل موقف، فلديها الأساليب الجاهزة لغزو القلوب.

هذه أبرز سمات أو صفات من يطلق عليهم اليوم (الدعاة الجدد) والذين غزو المجتمعات المسلمة عبر شاشات الفضائيات العربية والمسلمة، واليوم يشكل الداعية علامة مميزة للقناة الفضائية، ويقف أمام نجوم آخرين في مجالات (الفن والسياسة والاقتصاد وغيرهم) لكن يبقى الفارق الشاسع بين الاثنين لطبيعة ما يقدم من فكر وما يجذب من جمهور من نوع معين هو جمهور يريد الدين والدنيا والآخرة دفعة واحدة.

البحث المقدم يحاول الإجابة عن بعض التساؤلات التي تدور حول (ظاهرة الدعاة الجدد) ومدى تأثيرها على الجمهور والانتقادات الموجهة لهم ودورهم المفترض أن يكون، وسمات هذه الظاهرة وبداياتها وصولاً إلى بعض المقترحات التي قد تسهم في تصعيد نجاحات الظاهرة والتجاوز عن إخفاقاتهم التي تظهر هنا وهناك للوصول إلى حقيقة التوازن بين رغبة الإنسان في الدنيا وحقيقة وصوله إلى آخرة لابد أن تكون مرضية. وقد اعتمد البحث على الأسلوب المنهجي الآتي:

أولاً: هدف البحث:

يسعى البحث للوصول إلى الاجابة عن التساؤلات التي كانت ولا تزال مرافقة لظاهرة الدعاة الجدد من حيث تأثيرها على الجمهور الساعي إلى الاجابة عن كل الأمور الشرعية والدينية، وهل يقدم هؤلاء الدعاة الإجابة المطلوبة وفقاً للشرع أم وفقاً لرؤية مهنية تتطلبها طبيعة العمل والحرفية والعلاقات مع السلطة أو مع أصحاب رؤوس الأموال، وهل تمكن هؤلاء الدعاة من تحقيق الجذب الجماهيري المطلوب في استقطاب الشباب (على وجه الخصوص)، وهل يمكن اليوم بفعل الصورة النمطية الجديدة لرجل الدين التي يحاول هؤلاء الدعاة أن يرسخوها في أذهان الجمهور أن تقربهم أو تبعدهم عن الدين والشريعة.

ثانياً: مشكلة البحث:

يحاول البحث المقدم أن يحقق الوصول إلى إجابة عن المشكلات البحثية الآتية:

أولاً: طبيعة الاستعداد لدى الجمهور في استقبال الوعظ والافتاء من قبل الدعاة الجدد.

ثانياً: شرعية الخطب والمحاضرات الدينية والتأكد من مرجعيتها، وهل تتم العملية الإجرائية للبرامج الدينية بشكل صحيح.

ثالثاً: أسباب النجاح الذي حققته تجربة الدعاة الجدد.

ثالثاً: منهج البحث:

اعتمد البحث المقدم على المنهج الوصفي والتحليل لطبيعة البرامج المقدمة وتحليل للسيرة الذاتية لنماذج من الدعاة الذين يقدمون برامج دينية عبر شاشات الفضائيات العربية العامة والمتخصصة الإسلامية.

وقد تضمن البحث المباحث الآتية:

المبحث الاول:- ظاهرة الدعاة الجدد

المبحث الثاني:- نجوم الخطاب الديني

ثم توصل البحث إلى جملة من النتائج مع توصيات ترى أنها قد تخدم هذه الظاهرة التي إن كانت تعاني من السلبيات فهي في عمومها ظاهرة تتحدث باسم الإسلام وموجهة للمسلمين في محاولة لاستقطاب شريحة من المضلين ابتعدت عن الدين بسبب مغريات شتى، ويسعى الدعاة الجدد إلى عودتهم للبيت الإسلامي.

المبحث الاول: ظاهرة الدعاة الجدد

في البداية وقبل الخوض في تفاصيل هذه الظاهرة نرى ضرورة إيراد التعريف الآتي وهو (ظاهرة الدعاة الجدد هي ظاهرة نشأت بسبب الظروف السياسية والاجتماعية التي مرت على الأمة العربية المسلمة، وسلسلة طويلة من الانكسارات على الصعد المختلفة للمجتمع المسلم، مما أوجد المناخ المناسب لمجموعة من الدارسين للشؤون الدينية أن يتواصلوا مع المجتمع وخاصة الشباب بلغة عصرية يغلب فيها اليسر على العسر، والممكن على المستحيل، خارجين عن الأنماط التقليدية لرجل الدين، وبعيدين عن السياسة وسلطة الدولة، مقبلين على التدين بنموذج جديد في الدعوة إلى الحياة الإسلامية).

من هم الدعاة الجدد:

استقطبت مجموعة من الشباب (في الغالب) فئات عريضة من الجمهور بكافة طبقاته من خلال البرامج الدينية على الفضائيات العربية، مبشرين بنموذج جديد من الدعاة ليسوا بالضرورة من الدارسين للشرع وأصول الدين بشكل منهجي (وقد حاول استثمار بعض أدوات السوسيولوجيا والانثروبولوجيا الدينية والتفاعل الإيجابي والعلمي مع مكتسبات الدرس الإنساني الحديث بموضوعية) [1].

ومن أبرز ما لوحظ على (الدعاة الجدد) الظهور بشكل أنيق، واختيار دقيق للكلمات، يؤثثون قضاءاتهم أمام التأثير بشكل محكم وذي دلالات وإيحاءات خاصة، ويبرز في مقدمة هؤلاء (عمرو خالد) الذي يمتلك موهبة الحفظ والتواصل الخطابي مما أكسبه شعبية وسط الشباب والمقبلين على حياة التدين، ويركز في خطبه على التنمية الذاتية للفرد على وفق معايير دينية.

الانتقادات الموجهة لظاهرة الدعاة الجدد:

التيار الديني التقليدي أو السياسي الحركي انتقد الدعاة الجدد (بدعوى توظيفهم الأحاديث وروايات ضعيفة وإفتائهم بغير علم على خارج ما يقتضيه الإسلام والشريعة) [٢].

والتيار العلماني يرى أن هؤلاء الدعاة يعمدون إلى تعطيل الفكر، وقتل حس النقد عند المتلقي، وهم ليسوا مصلحين دينيين، لكن الملاحظ (أن الدعاة الجدد استطاعوا استقطاب جمهور العلمانيين خاصة، إضافة إلى جمهور الحركات الإسلامية السياسية، مما يعني في أحد المستويات وجود خلل في هذه التيارات الحركية والعلمانية).

ومع أن ظاهرة الدعاة الجدد ليست بالجديدة على الساحة العربية وتأثيرها خاصة في أوساط الطبقات الشعبية أو طبقة التكنوقراط والمهنيين مثل (خطاب الشعراوي الذي أوجد لغة التوازن في الخطاب الموجه للفرد، والبعد عن النقد السياسي المباشر، غير أن ظاهرة الدعاة الجدد لا تخرج عن ظواهر متعددة عرفتها الساحة الإسلامية مثل ظاهرة (الشعراوي) الذي استطاع أن يجمع حوله طبقات الشعب من المثقفين والأثرياء والتكنوقراط لطبيعة التوازن في خطابه وبعده عن النقد السياسي المباشر، وعلاقاته المتوترة مع التيارات الإسلامية المعارضة للنظام السياسي) [٣].

لقد اجتمع الدعاة الجدد في ما يصلح أن يسمى (منتدى الوسطية) فهم خليط من المثقفين ممن خرجوا عن النموذج التقليدي في التفكير، وأصبحت مطالبهم ذات طبقية اجتماعية وسياسية وثقافية، وهم أقرب إلى الحالة الليبرالية (وزاد من حدة هذه التحولات رغبة جمهور عريض من (المتدينين) في الابتعاد عن المساحات الحمر التي تتحرك فيها الحركات الإسلامية السياسية، وخاصة الحركات

المقاتلة أو التي تمارس العنف في سياستها، فأصبح الجمهور يبحث عن هويته الدينية وقدوته الأخلاقية خارج الأنماط التقليدية للحركات الإسلامية السياسية سواء كانت معتدلة أو متطرفة)[٤].

لغة الدعاة الجدد:

يتكلم معظم الدعاة الذين يظهرون في القنوات الفضائية العربية بصوت واحد وبفكر وقيم ومبادئ ومنهجية تكاد تكون متشابهة من حيث:

١- التركيز على الوقت.

٢- الحرص على النجاح في الحياة الخاصة.

٣- تكوين الثروة بالطرق المباحة شرعاً.

٤- البعد في العلاقات غير الشرعية لكل الطبقات (غنية – متوسطة – فقيرة).

٥- التوجه لكل فئات المجتمع.

٦- لا مانع من التدين مع التمتع بالحياة والثروة والنفوذ والمشاريع.

٧- كما يتفق الدعاة الجدد على الابتعاد عن الموضوعات الآتية:

٨- الشأن العام.

٩- ابتعاد الحديث حول التغيير السياسي.

١٠- نقد الاستبداد.

١١- الحديث حول الظلم الاجتماعي.

(وهذا ما يفسر إلى حد ما اقتراب هؤلاء الدعاة من أصحاب السلطة في العالم

العربي لبروزهم بشكل مخالف للدعاة التقليديين والشيوخ النمطيين من قادة الحركات الإسلامية السياسية) (٥).

ويجمع الدعاة الجدد في اتخاذهم لقدوة يعتمدون عليها في التشبه والمثال والدعوة والنموذج الأوحد وهو شخص الرسول الكريم المصطفى محمد ﷺ (فقد وجد معظم الدعاة الجدد في شخصية الرسول الأعظم ﷺ أبرز نقطة لجذب الشباب، وقد أبدع هؤلاء في تقريب تفاصيل شخصيته الكريمة ﷺ بكل دقة إلى المتلقين (خاصة في برنامج على هدى الحبيب) في ظل غياب نموذج في الحياة اليومية للشباب العربي له مواصفات دينية وأخلاقية مثالية) (٦).

ولعلنا نضيف أن سبب الإقبال على الدعاة الجدد كونهم يتكلمون بلغة قريبة إلى الإنسان العربي بلغة بسيطة مفهومة مثل (عمرو خالد، عمر عبد الكافي، طارق سويدان) أما الذين يتكلمون اللغة العربية الفصحى فإنهم يحاولون قدر المستطاع الابتعاد عن المصطلحات والعبارات الصعبة وغير المفهومة (لعامة الناس) والحرص الشديد على تقديم الوعظ بطرق (درامية) متميزة تجعل المتلقي يعيش حالة من المتعة والتشويق.

من يخاطب الدعاة الجدد:

لقد ولدت في معظم المجتمعات العربية طبقة جديدة من (الأثرياء المثقفين والفقراء المثقفين) وهؤلاء بحاجة إلى خطاب ديني خاص يناسب كلا منهم، يستجيب بالضرورة لحاجاتهم الروحية على وفق نمط عيشهم (فالأثرياء المثقفون لا يرون أي تعارض بين تدينهم والإقبال على السوق وأنماطه الاستهلاكية، والفقراء المثقفون يريدون الحياة دون اقتراف الأخطاء والذنوب ويبحثون عن بدائل روحية ترضيهم عقلياً) (٧).

وهذا يشكل بحد ذاته التبدل الجذري في أنماط التعامل الثقافي داخل البيت الإسلامي الداخلي في إطار دعوة أخلاقية غير مسيئة (تؤسس الحياة على النمط الليبرالي الجديد، أي التدين والطموح والفاعلية والمثابرة والنجاح والاهتمام بالذات وصولاً إلى (الثروة الفاضلة) [٨].

نماذج من الدعاة الجدد:

بعد الإيضاح الذي حاولنا تقديمه بشأن ظاهرة الدعاة الجدد لابد أن نعرف من هم (الدعاة الجدد) ولذا عمدنا إلى متابعة بعض الدعاة الذين تم اختيارهم لأسباب منها:-

١-ظهورهم المتكرر في أكثر من قناة فضائية (إسلامية متخصصة – عامة).

٢-تنوع البرامج التي يقدمونها.

٣-اعتمادهم على جمهور داخلي يشارك الحوار في بعض البرامج.

٤-إعداد الزائرين للموقع الإلكتروني لبرامج هؤلاء الدعاة أو لمواقعهم الشخصية تفوق الأعداد الزائرة لمواقع الدعاة الآخرين.

وقد حددت فترة متابعة لبرامج (الدعاة المختارين) لستة أشهر من تشرين الثاني ٢٠٠٩ إلى شباط ٢٠١٠ وهؤلاء الدعاة هم (عمرو خالد – عمر عبد الكافي – علي الجفري – طه الدليمي – طارق سويدان – عائض القرني – محمد العريفي – عبد المجيد الزنداني – عدنان العرعور).

وسنبدأ باستعراض السيرة الذاتية للدعاة الذين تم اختيارهم

اسم الداعية	التولد	التحصيل الدراسي	الجنسية	الارتباط المهني	نوعية البرامج	اللغة المستخدمة
عمرو خالد	١٩٧٠	بكالوريوس - محاسبة - القاهرة	مصري	قناة Art - مدير الإدارة قسم البرامج الدينية	محاضرات رمضانية وبرامج - مشاريع إسلامية وخواطر قرانية	العامية بنسبة كبيرة - العربية الفصحى بنسبة قليلة
علي الجفري	١٩٧١	دراسات إسلامية - اليمن	السعودية	عضو مجلس إدارة مؤسسة آل البيت للفكر الإسلامي - الأردن	محاضرات خارجية حول الدين - برامج دينية - لقاءات حوارية دينية	الفصحى
عمر عبد الكافي	١٩٤٩	كلية الزراعة - كلية الدراسات العربية الإسلامية - القاهرة	مصر	متفرغ للأبحاث العلمية الخاصة والتأليف في المجالات الانسانية والدينية	محاضرات متنوعة داخل مصر وخارجها - برامج دينية - لقاءات حوارية دينية	الفصحى والعامية
عائض القرني	١٩٦٤	كلية أصول الدين - أبها	السعودية	إمام وخطيب جامع أبي بكر الصديق	تأليف الكتب في الفقه والسيرة والأدب- برامج دينية - محاضرات دينية	الفصحى
طه الدليمي	١٩٦٠	كلية الطب	العراق	لم تتوفر	تأليف الكتب في	الفصحى

		– بغداد		معلومات عنه بشكل واضح	موضوعات فقهية - برامج افتائية	
عدنان العرعور	١٩٥٥	تربية نفسية– دمشق	سوريا	مشرف على مشروع جمع منهج السنة النبوية	مؤلفات حول منهج السنة وقضايا الإيمان - برامج حوارية –برامج إفتاء	الفصحى والعامية
محمد العريفي	١٩٧٣	بكالوريوس أصول الدين - جدة	السعودية	عضو مجلس أمناء الهيئة العالمية الإسلامية وإمام وخطيب جامع الملك فهد الامنية	مؤلفات دينية وعلمية– برامج حوارية – محاضرات تلفزيونية	الفصحى والعامية
عبد المجيد الزنداني	١٩٤٢	كلية الصيدلة - صنعاء	اليمن	مؤسس هيئة الإعجاز العلمي في السعودية	مؤلفات دينية وعلمية وأبحاث في مجالات متعددة و برامج تلفزيونية حوارية	الفصحى

ومن هنا نستوضح ما يأتي:

١- عدم وجود التخصص في دراسة (الدين والشريعة) للدعاة كشرط أساس لقيامهم بتقديم برامج دينية.

٢-ارتباطهم بمهمة التأليف والأبحاث في مجالات متعددة ومنها الدينية.

٣-عدم تقيدهم باستخدام اللغة العربية الفصحى.

٤-تواجدهم في أكثر من قناة فضائية إسلامية أو عامة.

٥-اعتمادهم على المحاضرات الخارجية كجزء من بداية مسيرة نجاحهم في مجال الدعوة وتحقيق الشهرة المطلوبة لاستقطابهم من قبل القنوات الفضائية.

٦-ارتباطهم مهنياً أو (مادياً) بمؤسسات رسمية أو شبه رسمية في مجالات متعددة ومنها الإسلامية والتي تحقق لهم عائداً مادياً (عالياً) حقق لهؤلاء الدعاة العيش الرغيد المترف.

٧-التركيز الواضح على الظهور بالمظهر الدال على الأناقة في الملبس والتصرف والحركات وانتقاء الكلمات بشكل ملموس.

ويظهر سؤال مهم لابد من الإجابة عليه وهو:

لماذا يبتعد الدعاة الجدد عن الشأن السياسي؟

ربما يبدو أن هناك اتفاقاً غير مرئي أو مكتوب بين الدعاة الجدد في الابتعاد عن الخوض في الشأن السياسي حتى ولو بشكل غير مباشر إلى درجة حتى الابتعاد في الحديث عن موضوعات تتعلق بظلم الحاكم ولو تاريخياً، ونعتقد ومن خلال متابعتنا لبرامج وسيرة نماذج من هؤلاء الدعاة أن لذلك أسباباً منها:

١-طبيعة الخطاب العربي اليوم (سياسياً - اجتماعياً - ثقافياً) الذي يتسم بالاعتدال بشكل عام سواء أكان رسمياً أم غير رسمي مع وجود استثناءات بسيطة.

٢- محاولة الحكومات فتح أبواب للحوار مع الغرب عموماً من أجل التأثير إلى حد ما في صنع القرار والرأي العام في الدول الغربية لتغيير الصورة النمطية السيئة المتخذة عن الإسلام والمسلمين، ولعل إيحاء لغة الخطاب المعتدل الذي (يبشر ولا

ينفر) عبر البرامج التلفزيونية أحد تلك الأبواب للحوار.

٣- (رعاية الحكومات غير العلنية لهؤلاء الدعاة الجدد من خلال ارتباطهم بمؤسسسات حكومية أو غير حكومية لكن تعمل بتمويل ورعاية حكومية جعلهم صوتاً للحكومة) [٩].

٤- ضعف الحركات السياسية الإسلامية في الوقت الحاضر، وانحسار تأثيرهم السابق على الجمهور، فسح المجال لصيغة حوار يحمل لغة معتدلة تحاول تقريب الأفكار وترميم البيت (الإسلامي) بطريقة تخدم الإسلام.

من دون أية مغالاة يمكننا أن نلاحظ أن معظم القنوات الفضائية العربية تعيش حالة من التنافس الشديد حول تقديم مادة دينية بإمضاء نجم من نجوم الخطاب الديني الحالي، بحيث أصبح من الضرورات إدراج برامج دينية (وإن كان ذلك لايعني تعبيراً عن قناعة أصحاب الفضائيات بقدر ما هي مسألة مشاهدة أو عدم مشاهدة أي جلب المشاهد أو خسارته) [١٠].

ومن أجل أن تصبح القناة مشروعاً مربحاً لابد من الاستجابة لحاجات المشاهدين، ومنها وضمن الأوليات المؤكدة المادة الدينية وإبرام العقود مع الشخصيات التي خاضت تجربة الإعلام الديني تلفزيونياً.

فما هي مواصفات نجوم الخطاب الديني وما هي أهمية ما يقدم في هذه البرامج ذات الإقبال الكبير؟

في الحقيقة (إن السمات الغالبة على نجوم البرامج الدينية ذات طابع يميل إلى الإيجابية، ويمكن إجمال أهم صفاتهم بأنهم (يمتلكون تكويناً علمياً دينياً يمنحهم صفة عالم الدين أقرب من أي صفة أخرى، ويمتازون بالمرونة وبتغليب اليسر على العسر في مقارباتهم، وذلك قصد الترغيب في الدين، كما يتميزون بالتمكن من أساليب التأثير في المتلقي إذ تتوفر فيهم صفات (الكاريزما) الدينية المتأتية من قدرتهم اللافتة على الإقناع والتأثير والهيمنة) [١١].

من هنا نرى أن مفهوم الدور الذي يجب أن يؤديه نجوم الخطاب الديني أو (الدعاة الجدد) ينبع من البيئة الثقافية والاجتماعية للذات العربية والمسلمة (هذا بالضرورة) فهم أصحاب دور خطير ودقيق وحساس، ومن الخسارة الكبرى أن يؤَدَّي الدوُر بعيداً عن الهدف المطلوب.

واذا أمعنا النظر في خصائص الخطاب الديني الذي يقدمه نجوم البرامج الدينية نرى:

عدم خضوع الخطاب الديني إلى خطة واستراتيجيات تضبط حاجات المجتمعات الإسلامية في الوقت الحاضر، ونعتقد أن أي مادة مهما كانت تقدم من المفروض أن يحدد جدواها، وأن ترسم لها خطة محكمة ذات خلفيات وطموحات وأهداف مطلوبة لتحقق ذلك (إذ إن غياب (رؤية) دينية محددة مفكر فيها جيداً سيؤثر سلباً على مردود هذه البرامج، بل إنها قد تصيب أهدافاً لا تخدم مجتمعاتنا في شيء) [١٢].

إن النمط العام في بعض البرامج (وفي بدايات المد البرامجي الديني) كانت تطغى عليه النزعة القدرية وتغييب فعل الإنسان في الحياة، وحصره عند التلقي السلبي، مع العلم أن طمس إرادة الإنسان، وتكريس صورة من لا حول له ولا قوة ليسا بالمطلب الحيوي، لاسيما أن وضع المجتمعات العربية وما تعانيه من استعمار متعدد الوجوه إضافة إلى مظاهر العجز والسلبية والتقاعس عن الفعل الخلاق سيزيد في قتل إرادة الكائن العربي في الوقت الذي يحتاج فيه إلى خطاب يركز على فعل الذات وقدرتها على التجاوز وعلى البناء وعلى الترميم والاستئناف من جديد مهما كان الفشل كثيراً وكبيراً.

هنا من المهم التوفق إلى اختيار الموضوع المناسب للظرف الآني والابتعاد عن التعامل العام مع الأفكار الدينية بدون وضعها في سياقها الداخلي أو في سياق التلقي وشروطه، أي:

لكي نصل إلى تحقيق الجدوى ويقوم الفاعل الديني بدوره بأكثر ما يمكن من ذكاء وتكتيك إعلامي ناجح (من الضروري اعتماد طريقة انتقائية للأفكار ذات الحاجة الملحة أكثر من غيرها، ذلك أن ديننا غني جداً بتمجيد الفعل وبيان قيمته

ومسؤوليته فيما يصدر عن الذات من أفعال كما لا يخلو من مظاهر حب الحياة وتقديس النفس البشرية ونبذ الأفكار التي تدعو لليأس والقنوط والأهمال..) [١٣].

والمقصود بتوخي طريقة الانتقاء (الانتباه إلى اختلاف مستويات التلقي من السطحي إلى التلقي العميق، وقد يذهب بعض المتلقين للرسالة الدينية إلى ظاهر الفكرة دون مقاصدها الباطنية، من هنا وجب الحذر في الدعوة لبعض الأفكار من خلال التمييز بين معناها المباشر والباطن) [١٤].

صناعة الداعية:

من الملاحظ على وسائل الإعلام الإسلامية (المتخصصة وغير المتخصصة) أن دورها ظل محصوراً في تقديم الداعية أو العالم الديني كشخص يقوم بمهمة تعريف الناس بشؤون دينهم فقط دون أن يسلط الضوء عليه كإنسان استطاع أن يحفر في الصخر قصة نجاحه، قاهراً في طريقه مئات الصعاب، والتي كانت تكفي لإدخاله في عداد الفاشلين، وهناك إغفال الجانب الإنساني والعنصر البشري في تسويق الدعاة والعلماء إعلامياً (الأمر الذي جعل الكثير من الشباب ينظرون إلى هؤلاء باعتبارهم أناس لا يأتيهم التقصير، ينظر إليهم بنوع من الإجلال، حتى بات الشباب يعتقدون أن من المستحيل أن يتم تقليد أو اتباع احدهم أو يجعله قدوة له لأنه لا يمكن أن يصل إلى منزلة قريبة من منزلته مهما فعل) [١٤].

والأمر هنا يستلزم استراتيجية جديدة (ومن نوع خاص) في اللحظة الحاضرة تقوم بها وسائل الإعلام العربية والإسلامية لكي تقوم بتسويق الداعية بشكل يجعل منه نجماً للشباب بدلاً من (المطرب أو الفنان) (وهو الأمر الذي إذا حدث على أرض الواقع فهو كفيل بأن يقضي على الكثير من الأمراض المنتشرة في أوساط الشباب والتي تفرض هويته العربية والإسلامية طبقاً لما يؤكده الكثير من المراقبين مهددة في الصميم في ظل سيل تغريب لم يتوقف يوماً ما) [١٥].

وأهم ما يحتاجه صانعو الإعلام الإسلامي لتحويل الدعاة إلى (نجوم شباك) أو نجوم (New Look) إلى جهد ووقت من خلال كسر الحواجز الوهمية التي قامت وسائل الإعلام التخريبية بخلقها فيما بينهم وبين الشباب (والنجاح الأكبر هو تحويل الداعية إلى (سوبر ستار) يقدم للشباب نموذجاً عملياً على أن الإنسان يمكن أن ينجح في حياته وفي علاقته مع الله عز وجل) [١٦].

ويعمد صانعو الدعاة الجدد إلى جعلهم يؤدون دوراً يمثل حاجاتنا من الأفكار الإسلامية وربطها بمضمون المادة الدينية التي تقدم ويشاهدها الملايين، وهذا يمثل التعاطي الأمثل مع ديننا، والسبيل الأكثر فائدة وجدوى إذا ما أراد هؤلاء الدعاة تأدية الدور الفعال الذي يمس البعد التربوي التثقيفي الديني للفرد المسلم الذي يعيد تشكيل الذات المسلمة ونقدها بناء على مراجعة تستند إلى الأفكار الإسلامية الدافعة إلى الأمام، والتي تدعو إلى إعمال العقل في التفكير والاختيار والتمييز وتحمل المسؤولية.

النتائج:

يحتاج المجتمع المسلم دائماً إلى شخصيات متوازنة ذات قيمة فعلية تؤثر فيه وتأخذ بيده نحو تحقيق ذاته وإثبات أثره الإيجابي المرجو، كما تحتاج الأمة دوماً إلى تلك الشخصيات الإسلامية الدعوية المؤثرة لتقويم مسار قرارها وتحديد الأطر التطبيقية للعمل التنفيذي الخاص بالدعوة والحركة الإسلاميتين.

وتعد ظاهرة الدعاة الجدد استجابة لواقع عربي وإسلامي شهد حالات متعددة من الانكسار والانحسار أيضاً نتيجة لدحض السلوك المتطرف للحركات الإسلامية السياسية في التعامل مع مؤيديها أو معارضيها، الأمر الذي وفر مناخاً مناسباً لظهور لغة جديدة من الخطاب لشخصيات تتسم بالاعتدال والعصرية بدءاً من الملبس ووصولاً للغة وأسلوب الخطاب ومعالجة الموضوعات الدينية.

وبالتاكيد توجد بعض المؤشرات ونقاط الخلل في هذه الظاهرة، وهذا أمر اعتيادي لحداثة التجربة أولاً ولعدم وجود أية معلومات دقيقة وعلمية تحدد الجوانب والتأثيرات السلبية والإيجابية لهذه الظاهرة.

ولكن الكثرة الواضحة في وجود البرامج الدينية سواء في الفضائيات العربية عامة والإسلامية بشكل خاص يمكن أن يحسب لصالح نجاح هذه التجربة أو (الظاهرة) إلى حد معقول في تحقيق الأهداف المرجوة منها.

وقد تم التوصل إلى جملة من الاستنتاجات نوردها بالشكل الآتي:

١- مع التزايد في أعداد الفضائيات الإسلامية المتخصصة لكن عددها مقارنة بتلك الفضائيات المتخصصة في (الفن – الغناء – الإعلان – السياسية – التعليمية) يعد قليلاً، وبحاجة إلى إعادة النظر، لأن المسألة بحاجة إلى ثورة دعوية براجية وفضائية للوصول إلى تطبيق حقيقي وظاهر للفكر الإسلامي الصحيح.

٢- وجود تكرار كبير في طبيعة البرامج التي تقدم في الفضائيات العربية (عامة – دينية) من حيث أسلوب التقديم والحوار والإخراج والخطاب مع الجمهور (داخل الاستوديو – القاعة الخارجية – اتصالات) والتنوع ضئيل جداً.

٣-وجود تكرار كبير في طبيعة الموضوعات التي تطرح للنقاش في البرامج الدينية في أكثر من قناة فضائية.

٤-وجود تنافس كبير على وجوه معينة لدعاة معينين دون تقسيم ملحوظ ومبرمج في أوقات الظهور وطبيعة البرنامج في أكثر من فضائية، إذ يقدم الداعية الموضوع نفسه في أكثر من قناة خلال مدة زمنية وجيزة.

٥-الالتزام الكبير والشديد من الدعاة الجدد في التطرق لموضوعات معينة والابتعاد

عن أخرى، يظهر وكأنهم يعيشون في عالم يخلو من (الظلم – الفساد وغيرها من الآفات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية) وتجسيد المشاكل الفردية والخاصة بشكل كبير.

٦-التأكيد المبالغ فيه (والمقصود) لبعض الدعاة على ارتباط البعد الاقتصادي أو التجاري مع البعد الديني.

٧-عدم التركيز على هيكل بناء الإنسان المسلم بشكل صحيح، والذي يتضمن الأسرة والمدرسة ثم الإعلام من خلال البرامج الدينية المناسبة، إذ يسهم هذا الثلاثي في تنظيم وترتيب حياة الإنسان المسلم بشكل صحيح وأكثر إيجابية.

٨-وجود تفاوت كبير من حيث العدد بين البرامج الدينية الوعظية التي تركز على الإفتاء، وبين تلك البرامج الدينية التي تقدم التجارب الإسلامية والتاريخ الإسلامي بصورة تعكس تطبيقها على الحياة العصرية.

التوصيات:

بعد أن توصلنا إلى الاستنتاجات المذكورة نرى أن التوصيات الآتية تعد ضرورية برأينا لترسيخ استراتيجية واقعية للخطاب الديني يفيد المجتمع المسلم:

١- إعادة النظر في المشاكل الحقيقية التي تواجه المجتمع المسلم وليست المشاكل الاجتماعية فقط.

٢- زيادة الإمكانات المادية والبشرية لتطوير القنوات الإسلامية الموجودة وتأسيس قنوات أخرى جديدة.

٣- التركيز على مضامين الموضوعات التي تطرح للنقاش أو الوعظ والإفتاء والاستعانة بالنماذج الواردة في التاريخ الإسلامي.

٤- مراعاة عدم تحويل الفضائيات إلى أدوات للفتاوى والفتاوى المضادة.

٥- عدم اختزال الدين في البعد الدعوي، لأن الدين الإسلامي دين شامل من واجب التمكين به الدفعُ بالدعوة الإسلامية.

٦- محاولة الخروج من رداء السياسة وتأييد الحكومات، والابتعاد عن إعطاء الشريعة للحاكم والممارس للسياسة.

٧- ضرورة المزج بين الانتماء الديني والمهنية في الأداء.

٨- محاولة التنويع في أسلوب الخطاب الوعظي، وصياغة برامج دعوية تستلهم روح الإسلام، وتقدم المبادئ والقيم الإسلامية، وتعمق أواصر التحاور مع الآخر.

٩- التركيز على موضوعات تهم وتسهم في بناء الإنسان المسلم المعاصر وهي (الحرية – المسؤولية – المواطنة – المساواة – النقد.. إلخ).

الهوامش

١- قضايا في الفكر المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت، ٢٢٥، ص١٢.

٢- نهوند القادري عيسى، التلفزيون بين الواقع المتلفز وواقع المشاهدين، اتحاد الاذاعات العربية، تونس، ٢٠٠٨، ص١٦.

٣- وحيد تاجا، الخطاب الإسلامي المعاصر، دار الفكر للنشر، دمشق، ٢٠٠٧، ص٦٢.

٤- أحمد محمد صالح، الإسلام والفضائيات العربية، جريدة الأهرام اليوم، ١٢-٥-٢٠٠٦.

٥- محمد منير سعد الدين، الإعلام المعاصر والإسلامي، دار بيروت للنشر، بيروت، ٢٠٠٧، ص ٤٤.

٦- فهمي هويدي، الخطاب الإسلامي في عالم متجدد، مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد ٤٥، ٢٠٠٧، ص١٢.

٧- بسام الصباغ، الدعوة والدعاة بين الواقع والهدف، دار الإيمان، دمشق، ٢٠٠٧، ص٣٤.

٨- أحمد علي الملا، علم الدعوة الإسلامية، المطبعة العلمية، دمشق، ٢٠٠٨، ص٦٧.

٩- المصدر السابق، ص ٧٧.

١٠- عمر عبيد حسنة، الدعوة والإعلام الإسلامي ودار الفكر اللبناني، ط١، ٢٠٠٥، ص٢٦.

١١- مصطفى كناكر، الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية، دار أفنان، ط٣، ٢٠٠٦، ص٤٥.

١٢- فهمي هويدي، الخطاب الإسلامي في عالم متجدد، مصدر سابق ذكره، ص١٢.

١٣- خالد عبد الرحمن الشايع، تأثيرات القنوات الفضائية العربية، دار بلنسية، الرياض، ٢٠٠١، ص٢٦.

١٤- المصدر السابق، ص٣٠.

١٥- مصطفى كناكر، الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية، مصدر سابق ذكره، ص٥٠.

١٦- المصدر السابق، ص٦٠.

بسم الله الرحمن الرحيم

ميثاق البصيرة للإعلام الإسلامي

المقدمة

الحمد لله، والصلاة والسلام على رسول الله، وعلى آله وصحبه ومن والاه: أما بعد:

فاسترشاداً بقول الله تعالى: ﴿ قُلْ هَٰذِهِۦ سَبِيلِيٓ أَدْعُوٓاْ إِلَى ٱللَّهِۚ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا۠ وَمَنِ ٱتَّبَعَنِيۖ ﴾ [يوسف: ١٠٨]، نستنبط أن الإعلام الإسلامي لابد أن يكون على بصيرة سواء في أصوله أو إجراءاته أو مقومات العاملين فيه والقائمين عليه، وهذه البصيرة لا تغادره وإنما تشتد الحاجة إليها كلما تطورت وسائل الإعلام، واتسعت مساحة التغطية، وتوسعت حلقات جمهور المتلقين، والتزاماً بالمسؤولية الملقاة على عاتق من تصدر للتأصيل والبحث العلمي في الإعلام الإسلامي، وإدراكاً منا لضرورة تعزيز المسؤولية الأخلاقية للعمل الإعلامي، لاسيما مع التطور الهائل في وسائل الاتصال وبخاصة الانفتاح العالمي على الاتصال الفضائي، وشبكة الانترنت، وشبكات الاتصال الجوالة، ومع الانفتاح الكبير على العالم الخارجي، وفي ظل التحديات التي تواجه أمتنا الإسلامية وحضارتنا وقيمنا وتاريخنا وأجيالنا، نجد أنفسنا ملزمين بتقديم ميثاق شرف إعلامي يستوعب الجهود السابقة ولاسيما الإسلامية، ويعالج ما استجد على الساحة الإعلامية، ويقدم رؤية مستقبلية لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام الإسلامي في ظل البيئة المحيطة بالأمة الإسلامية، وقد تضمن هذا الميثاق (١٥٠) مادة، توزعت على خمس محاور رئيسة، سائلين الله تعالى أن يوفقنا في عملنا هذا، وأن يعيننا على الالتزام به، والعمل بمواده في مؤسساتنا ونشاطاتنا، وأن يهيئ بفضله وكرمه من يأخذ به إلى حيز التنفيذ كلياً أو جزئياً.

والله الموفق لما يحب ويرضى.

مواد ميثاق البصيرة للإعلام الإسلامي

أولاً: المسؤولية الأخلاقية نحو الإسلام والأمة الإسلامية:

١- نشر الدعوة الإسلامية في العالم أجمع عن طريق وسائل الإعلام كافة.

٢- التعريف بالقضايا الإسلامية، وتعظيم الثوابت الشرعية والمقدسات الإسلامية والدفاع عنها.

٣- الاهتمام بالتراث الإسلامي، والمساهمة في إعادة كتابة وتصحيح التاريخ الإسلامي والإفادة منه، والتمسك بأصالة الأمة ووصل ما انقطع من التراث بالمعاصرة.

٤- عرض الصورة الحقيقية عن الحضارة الإسلامية وآثارها وفضلها على الإنسانية في العلوم والمعارف، ودورها في تمدين الغرب ذاته وما تتميز به من قيم روحية وفكرية رفيعة.

٥- عرض رسالتها التي قدمت للبشرية أصدق مبادئ الحق والحرية والكرامة والمساواة، مثل التسامح والمحبة.

٦- خدمة الاتجاهات لإحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية وصولاً إلى استرداد سيادة الشريعة، وكونها المرجعية العليا للأمة.

٧- اليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام.

٨- تعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض، وتنمية الاتجاهات المشتركة في العالم الإسلامي.

٩- تعميق روح الإخاء الإسلامي بين الدول الإسلامية وتكريس الأخوة بين شعوبها والتسامح في حل مشكلاتهم.

١٠- الحرص على مبدأ التضامن الإسلامي في جميع ما يعرض على الرأي العام داخلياً وخارجياً.

١١- تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول الإسلامية، وتخفيف حدة التوتر والخلاف الذي قد تتعرض له العلاقات القائمة بينها.

١٢- الجهاد ضد الاستعمار بكافة أشكاله والعدوان والاحتلال بشتى صوره، واليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات والحركات الفاشية والعنصرية والمعادية للإسلام.

١٣- الجهاد ضد الصهيونية والصليبية، والاستعمار الاستيطاني وأشكال القمع والقهر التي تمارسها إسرائيل ضد الشعب الفلسطيني والشعوب العربية.

١٤- تثبيت فكرة الأمة الإسلامية المنزهة عن الإقليمية الضيفة والتعصب العنصري والقبلي.

١٥- حماية الأمة الإسلامية ومواجهة الغزوة الضارية التي تستهدف تقويض ذاتها وشخصيتها، وتدمير المقومات والأصول العقائدية والثقافية لأمتنا ومقدراتها وحضارتها واستقلاليتها وسيادتها واقعاً ومستقبلاً ومصيراً.

١٦- صون كرامة الأمة الإسلامية وسمعتها ومكانتها في المجتمع الدولي.

١٧- توحيد القوى الإسلامية وجمع كلمة المسلمين لإعادة الأمة الإسلامية كوحدة متكاملة.

١٨- تعبئة الرأي العام الإسلامي تعبئة صحيحة في تبني قضايا الأمة المصيرية.

١٩- استنهاض الهمم لمقاومة التخلف في جميع مظاهره، وتحقيق التنمية الشاملة التي تضمن للأمة الازدهار والرقي والمناعة.

٢٠- العناية باللغة العربية والحرص على سلامتها ونشرها بين أبناء الأمة

الإسلامية ولاسيما بين الأقليات الإسلامية.

٢١- اعتماد المصطلحات الشرعية المعتمدة في التداول الإعلامي والعمل على ترويجها.

ثانياً: المسؤولية الأخلاقية نحو الانسانية:

١- احترام كرامة الإنسان وصونها والدفاع عن حرياته وحقوقه المشروعة، والجهاد في سبيل تحقيق العدل والمبادئ الإنسانية السامية والمثل العليا.

٢- التعامل الموضوعي مع التنوع الذي يميز المجتمعات البشرية بكل ما فيها من أعراق وثقافات ومعتقدات، وما تنطوي عليه من قيم ذاتية لتقديم انعكاس أمين وغير منحاز عنها.

٣- احترام تنوع الثقافات وتعدد الحضارات للشعوب المختلفة، وتعميق أواصر التآخي والتعارف والتعاون بين جميع الشعوب.

٤- الانفتاح على الحضارة الإنسانية وتوظيف معطياتها الإيجابية لصالح الإنسان المسلم وقيم الإسلام ومبادئه.

٥- مقاومة الحروب العدوانية والامتناع عن تبريرها.

٦- احترام كرامة الدول والشعوب واستقلالها وسيادتها واختيار نظمها السياسية والاقتصادية والثقافية.

٧- دعم واحترام حق الشعوب في مقاومة الاستعمار والعدوان بكل صوره وأشكاله، وفي تقرير مصيرها.

٨- دعم السلام العالمي القائم على العدل والإنصاف.

٩- مقاومة ورفض مبادئ التفرقة والعصبية المنحرفة والتمييز العنصري على

أساس اللون أو العرق أو اللغة أو الازدواجية في المعايير الدولية.

١٠- مقاومة الفقر وسوء التغذية والأمراض والجرائم، ومساعدة الشعوب النامية والصديقة في تحقيق نهضتها، والتنمية الشاملة والاستقرار والتقدم

١١- دعم الشعوب في مواجهة الكوارث الطبيعية وغير الطبيعية.

١٢-دعم حرية تدفق المعلومات، مع رفض سيطرة الشركات متعددة الجنسيات والسيطرة الغربية وترشيده بما يلائم الفطرة والقيم الأخلاقية.

١٣-احترام حق الدول والشعوب في الاتصال والحصول على المعلومات تحقيقاً للتعارف والتعايش.

ثالثاً: المسؤولية الأخلاقية اتجاه المجتمع ومكوناته:

أ-المجتمع :

١- الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع، ودعم البناء والتنمية الشاملة والعمل الجماعي وترشيد الأداء العام.

٢- احترام وتعميق القيم الأخلاقية للفرد والمجتمع المستمدة من الدين الإسلامي والتقاليد العربية الأصيلة.

٣- الدعوة إلى بث روح الأمل والتفتح للحياة، والابتعاد عما يشيع روح اليأس والهزيمة.

٤- وجوب التغطية الشاملة والمتكاملة للأحداث (تفسيراً وتحليلاً وتفاعلاً بمشاركة الجمهور).

٥- كشف الانحرافات والفساد في المجتمع.

٦- الامتناع عن إذاعة ونشر الآتي:

أ-ما يشكل إساءة للآداب العامة أو يوحي بالانحلال الخلقي، الفردي أو الجماعي.

ب-ما يُرَغِّب في الجريمة أو العنف والانتحار والرعب وما إلى ذلك، سواء بطريق مباشر أو غير مباشر.

ج-ما يمثل إثارة رخيصة للغرائز، ولا يتم التوسع في أخبار الجريمة ذات الطابع الأخلاقي أو الجنسي الجارح لمشاعر الناس وحيائهم.

٧- العمل على مكافحة الآتي:

أ-المسكرات والمخدرات والمقامرة والمراهنات والتحذير من إظهارها كمخرج أو علاج لما يواجه الإنسان من مشكلات وأزمات.

ب-العنف المذموم والجرائم كافة ولاسيما الجرائم الخلقية، وكل ما من شأنه أن يروج لها وكذلك الأخذ بالثأر.

ج-لا تعرض الجريمة بشكل يشجع عليها أو يرغب فيها أو يغري السامع أو المشاهد بمحاكاتها، ولا يقدم المجرم بمظهر بطولي أو بطريقة تدعو إلى التعاطف معه بأي حال من الأحوال.

٨- دعم ثقافة العدالة مع عدم محاكمة المتهم بواسطة الرأي العام وعدم نشر أسماء ضحايا الاغتصاب والأحداث أو صورهم.

٩- احترام المهن المشروعة وأصحابها أياً كانت، وأصحاب العاهات البدنية والمتخلفين عقلياً، وعدم إذاعة مامن شأنه المساس بهم أو السخرية منهم.

١٠- مكافحة الأمية والأمية الوظيفية، والعمل على تنمية الثقافة العامة.

١١- إحياء الفنون الراقية البناءة والمنضبطة، وتربية الذوق السليم للفرد والمجتمع على الالتزام عند تقديم وعرض هذه الفنون، بوضعها في الإطار الذي ينسجم

مع الآداب العامة ولا يخدش الحياء ولا يقصد إثارة الغرائز.

١٢- الامتناع عن إذاعة الإعلان التجاري في حالة تعارضه مع القيم والأخلاق العامة.

١٣- التمسك بمبادئ المساواة والعدالة، والابتعاد عما يحبذ التفرقة بين أبناء المجتمع لأي سبب كان، ورعاية الأعراف الاجتماعية والحفاظ على النسيج الاجتماعي.

١٤- الالتزام باحترام الشرعية، وعدم المساس بهيبة العلماء والدعاة ورجال القضاء.

١٥- إبراز الكفاءات والمواهب والعبقريات الفردية لأبناء المجتمعات الإسلامية في مجالات الثقافة والعلوم والفنون، واكتشاف المواهب في صفوف الأجيال الصاعدة وإظهارها، وتزكية مساهماتها في إثراء الحياة الفكرية والفنية للأمة، كما يتبادلون المعلومات حول هذه الكفاءات بما ينميها ويعزز دورها ويمثل إضافة إلى الرصيد الثقافي والحضاري.

١٦- حماية الأجيال المسلمة الصاعدة، وثقافة الشباب، وتربيتهم تربية صحيحة، وصيانتهم من التأثيرات السلبية والضارة لمضامين المواد المستوردة والمحلية على السواء، والحفاظ على شخصيتهم من الذوبان.

١٧- المحافظة على كيان الأسرة وقدسيتها وتقاليد المجتمع الإسلامي النبيلة.

١٨- تنمية أخلاق النشء. والاهتمام بالصحة النفسية، للطفولة والأمومة وكبار السن.

ب- أفراد المجتمع:

١- العمل على تكامل الشخصية الإسلامية لأفراد المجتمع، مع تنميتهم فكرياً وثقافياً واجتماعياً وسياسياً.

٢- ترسخ إيمانهم بالعقيدة والقيم الإسلامية والمبادئء الخلقية الأصلية النابعة من الدين والفطرة السليمة.

٣- الدفاع عن الحريات العامة لأفراد المجتمع (ولاسيما حرية الفكر والرأي والتعبير والإعلام).

٤- تبيين واجباتهم نحو الآخرين واحترام حقوقهم وحرياتهم الأساسية.

٥- تعميق الشعور بالواجبات والحقوق، والشعور بالمسؤولية الفردية والاجتماعية والتضامنية مع أبناء الأمة.

٦- العمل على تحقيق حق الأفراد في المعرفة والحصول على المعلومات مع الاهتمام بالنوعية ودرجة الأهمية.

٧- تقديم الحقيقة الخالصة للأفراد واحترام حقوق أطراف المجتمع جميعاً في التعبير عن آرائها والموازنة في ذلك.

٨- وهي تعطي للمواطن- عليها أن تتلقى منه، وتتيح له فرص المشاركة بالرأي والنقد والتوجيه وطرح المشكلات ووجهات النظر.

ج-الدولة ومؤسساتها:

١- كشف المخططات الرامية إلى تجزئة البلدان الإسلامية وتفكيكها وإضعافها.

٢- التحفظ على إذاعة أية أخبار تمس الأمن الداخلي والخارجي للوطن أو الأمة.

٣- رد المعلومات غير الموثقة أو المغرضة إلى القيادات المسؤولة لكي تقوم بتحليلها

ومعرفة اتجاهها وتصويبها.

٤- تأكيد الالتزامات المتبادلة وتحقيق التجاوب في الاتجاهين بين قادة الدولة وأفرادها.

٥- احترام القانون والعمل على تغليب الشريعة الإسلامية في مواده.

٦- الحفاظ على مؤسسات الدولة كونها ممتلكات عامة.

رابعاً: المسؤولية الأخلاقية نحو مهنية الإعلام:

أ-شرف المهنة:

١- الالتزام بالضوابط الشرعية والحرص على مهنية الإعلام وشرف المهنة.

٢- السعي الجاد إلى الارتقاء بحرفية وسائل الإعلام الإسلامية ومهنية العاملين فيها.

٣- عدم اللجوء إلى أي تمويل داخلي أو خارجي يؤثر على حرية وسائل الإعلام ورسالتها، وينزلق بها إلى مواقف تتعارض مع الواجب الديني وواجباتها تجاه مجتمعاتها وأخلاقيات المهنة.

٤- التمسك بالقيم الصحفية من صدق وجرأة وإنصاف وتوازن واستقلالية وموضوعية وتنوع دون تغليب للاعتبارات التجارية أو السياسية على الشريعة والمهنية.

٥- معاملة الجمهور بما يستحقه من احترام.

٦- الترحيب بالمنافسة النزيهة الصادقة دون السماح لها بالنيل من مستويات الأداء، حتى لا يصبح السبق الصحفي هدفاً بحد ذاته ومبرراً للإساءة.

ب-الإعلاميون أخلاقهم وحقوقهم:

-الواجبات:

١- يؤكدون انتماءهم الأصيل للإسلام في منابعه الأصيلة المبرأة من الشوائب.

٢- الحرص على تقديم الرسالة الإعلامية مبنية على نصاعة الحجة وقوة البرهان.

٣-الالتزام بقيم العدل والإنصاف مع الموافق والمخالف، واجتناب الظلم والافتراء.

٤- التزام التثبت من الأخبار وصدقها، والأمانة في النقل، واجتناب كل ما قد يؤدي إلى تضليل القارئ أو خداعه.

٥- التمسك بالحفاظ على سرية مصدر المعلومات الصحفية لضمان المصداقية لدى المتعاونين مع الإعلاميين.

٦- يلتزم الإعلاميون الصدق الخلقي والفني والموضوعي كونه مقوماً رئيساً للرسالة الإعلامية، وأهم أسس الإعلام الموضوعي.

٧- تكوين صورة واضحة عن احتياجات المجتمع ومقوماته، وأن يكونوا دوماً على صلة بالأحداث العامة.

٨- يعرضون وجهات النظر المختلفة بلا تحييز إلا لصالح الأمة الإسلامية.

٩- يعملون على زيادة كفاءاتهم الثقافية والفنية والتقنية لإثراء خبراتهم في خدمة الدعوة الإسلامية.

-الحقوق:

١- عدم المساس بأمن الإعلاميين، وحمايتهم من التدخل الحكومي والخارجي السلبي ما داموا يلتزمون بمهنيتهم.

٢- من حق المؤسسة الإعلامية أن توفر لها السلطات المختصة الحماية الأمنية الملائمة لإنجاز عملها المهني، وتتعاظم المسؤولية والرعاية في حالة تغطيته للأحداث المتصفة بالعنف والخطورة.

٣- حماية حقوق الإعلاميين ضد ملاك وسائل الإعلام، من مصادرتها أو تجاهلها أو التمييز بينهم بعيداً عن المهنية.

٤- تحترم الحكومات والمؤسسات الرسمية الإسلامية حق الإعلاميين الإسلامين بالحضور، وحرية تنقلهم في مختلف أنحاء الدول الإسلامية.

٥- تكفل الدول الإسلامية للإعلاميين حرية التعبير عن آرائهم تعليقاً وتفسيراً وتحقيقاً ونقداً، شريطة أن تكون هذه الحرية ملتزمة بالحفاظ على أصول الشريعة والمصالح العامة، والحرية الشخصية للأفراد.

٦- تفهم السلطات المعنية بشؤون الإعلام في الدول الإسلامية وغيرها الحقوق الأساسية المهنية للإعلام والإعلاميين، التي تصب في مصلحة الكلمة الصادقة البنَّاءة، التي تخدم الأمة.

٧- للمؤسسة الإعلامية حصانة مهنية فلا يجوز انتهاك حرمة مكاتبها أو الاعتداء عليها بأي وجه كان، ومن قبل أي جهة كانت، لأي سبب يتعلق بعملها المهني.

٨- الرأي الصحفي جزء لا يتجزأ من الممارسة المهنية وهو عمل ضروري مكمل لرسالة الإعلام يقابله عدم إجبار الإعلامي على نشر ما يتعارض مع ضميره.

٩- لا يجوز تجريم المؤسسة الصحفية على رأي أبدته، طالما أنها لم ترتكب مخالفة شرعية.

١٠- لا يجوز أن يكون رأي المؤسسة الإعلامية مصدراً للأذى الشخصي للإعلاميين أو لعائلاتهم.

١١-لا يجوز تعريض المؤسسة الإعلامية للابتزاز المالي أو السياسي أو الاجتماعي بأي صورة من الصور للتأثير على وجهة نظرها أو عملها المهني.

١٢-لا يجوز منعها من مزاولة مهنتها بأي صورة كانت حتى ولو وفرت لها الجهات المعنية فرصاً أخرى للعمل.

-مصادر المعلومات:

١-الحصول على المعلومات وتغطية الأحداث وحضور الاجتماعات العامة. حق مكفول للإعلاميين.

٢-استخدام وسائل عادلة ومشروعة في الحصول على المعلومات، والامتناع عن تبني وسائل غير مشروعة أو غير لائقة أو الخداع للحصول على الأخبار.

٣-من حق المؤسسة الإعلامية أن تحتفظ بمصادر معلوماتها، ولا يجوز لأي جهة أياً كانت أن تجبرها على الكشف عن مصادرها، إلا لمصلحة عامة متحققة كما في حالة ارتكاب جريمة منصوص عليها في القانون.

٤-مراعاة الشفافية في التعامل مع الأخبار ومصادرها، والالتزام بالضوابط الشرعية والممارسات الدولية المرعية فيما يتعلق بحقوق هذه المصادر.

٥-التزام الإعلاميين على تقديم أنفسهم للمصادر بصفتهم المهنية وعدم تقديم أنفسهم بصفات أخرى.

٦-احترام الإعلاميين وعودهم للمصادر، بإسناد المعلومات إلى مصدرها، وعدم كشف اسم المصدر إنْ طلب ذلك، وحجب المعلومات التي يطلب المصدر عدم نشرها.

٧-احترام الملكية الفكرية وحقوق المؤلفين، وعدم انتحالها والالتزام بإسناد

الأفكار والعبارات إلى أصحابها.

٨-إعطاء الأولوية للأخبار والمواد الإعلامية الموثقة التي تقدمها وكالات الأنباء في الدول الإسلامية واعتمادها.

-المادة الإعلامية:

١- العناية بكتاب الله وسنة النبي ﷺ وإجلالهما لكونهما المرجعية العليا في الإسلام.

٢- التزام الإعلام الإسلامي ببيان الحق بدليله.

٣- إعطاء الأولوية في العرض والنشر للأخبار والمواد الإعلامية المتعلقة بالشأن الإسلامي، ومراعاة التركيز على عرض قضايا الأمة وما يدور في محيطها.

٤- مراعاة الجدية وتغليبها على محتوى ومضمون المادة الإعلامية.

٥- عرض الحقيقة في البرامج والنشرات الأخبارية بشكل لا غموض فيه ولا ارتياب في صحته أو دقته.

٦- اعتماد اللغة العربية الفصحى، واعتماد المصطلحات الشرعية والمعتمدة من قبل المؤسسات الإسلامية ذات الشأن، والعمل على توحيدها.

٧- التدقيق فيما يذاع وينتج ويعرض من برامج وأفلام ومسلسلات إسلامية ولاسيما المستورد منها.

٨- تأدية الرسالة الإعلامية بأسلوب عف كريم، واعتماد الخطاب الإسلامي في التوجيه.

٩- تجنب الألفاظ النابية والعبارات السوقية والكلمات المبتذلة والصور المخلة بالحياء فالتعفف هو سياج المادة الإعلامية.

١٠- اجتناب السخرية والطعن الشخصي والقذف والسب والشتم وإثارة الفتن.

١١-التعامل مع كل قضية أو خبر بالاهتمام المناسب لتقديم صورة واضحة وواقعية ودقيقة، مع مراعاة مشاعر ضحايا الجريمة والحروب والاضطهاد والكوارث، وأحاسيس ذويهم والمشاهدين، واحترام خصوصيات الأفراد والذوق العام.

١٢-تحاشي الانفعال والانسياق في تيارات العصبية الإقليمية وغيرها في أثناء التقديم والعرض.

١٣-تمتنع وسائل الإعلام الإسلامية عن إذاعة الأخبار المغرضة أو المشكوك في صحتها، وتمتنع عن ترويج الإشاعات المضللة، ولاسيما في أوقات الجهاد والأزمات.

١٤-من حق الإعلامي نشر المعلومات في مؤسسته الإعلامية بالطريقة التي يراها مناسبة وفي التوقيت الذي يراه مناسباً.

١٥-الاعتراف بالخطأ (المقصود وغير المقصود) فور وقوعه، والمبادرة إلى تصحيحه في أسرع وقت، وبالمواصفات الفنية نفسها وتفادي تكراره.

١٦-تقديم وجهات النظر والآراء المختلفة دون محاباة أو انحياز لأي منها، إلا ما فيها إساءة للإسلام ورموزه.

-نزاهة الإعلاميين:

١- اجتناب القيام بأي عمل يمكن أن يشكل إساءة لسمعة المهنة أو كرامتها، أو يسيء إلى المؤسسة التي يعمل فيها، إضافة إلى سمعة الإعلامي نفسه.

٢- حظر قبول الرشا والهدايا الموظفة أو المعاملة التفضيلية أو أي شيء له قيمة.

٣- عدم تغليب صراع المصالح بما يؤثر على العمل الإعلامي أو يسخر عمله

لتحقيق مصالح شخصية (سياسية أو تجارية أو اجتماعية).

٤- عدم استخدام المعلومات للحصول على منافع شخصية.

٥- عدم الخضوع لجهات خارجية أو داخلية لاسيما الأجهزة الأمنية، ويمكن التعاون المحدود معها لجوانب إنسانية بحتة أو لمصالح عليا معتبرة، والحذر من التجنيد لها.

-العلاقة بين الإعلاميين الإسلاميين:

١- أصل العلاقات مبنية على الأخوة في الله وحقوق الصحبة في العمل المهني.

٢- ترسيخ مبدأ النصيحة والتعاون على البر والتقوى بين الإعلاميين أو بين المؤسسات الإعلامية من أجل الأداء الأمثل للرسالة الإعلامية.

٣- التوازن بين المنافسة العادلة والتضامن المهني.

٤- الوقوف إلى جانب الزملاء في المهنة وتقديم الدعم لهم عند الضرورة ولاسيما في ضوء ما يتعرض له الإعلاميون من اعتداءات أو مضايقات والتعاون مع النقابات الصحفية العربية والدولية للدفاع عن حرية الصحافة والإعلام.

٥- عدم إعاقة الزملاء من أداء عملهم أو منعهم من الحصول على المعلومات.

٦- عدم الوشاية والتجسس على الزملاء لصالح أية جهة لاسيما الأجهزة الأمنية.

٧- عدم تصفية الحسابات وتسوية الخصومات بين الإعلاميين عبر وسائل الإعلام.

٨- احترام الإعلامي لكرامة زملائه وشرفهم وحقوقهم المهنية والدفاع عنها بالحق.

٩- التعاون في تطوير القدرات المهنية للزملاء والارتقاء بكفاءاتهم.

١٠- التنسيق الموضوعي المجرد مع وسائل الإعلام العالمية للتأثير على الرأي العام العالمي.

١١- ترسيخ واعتماد مبدأ الشورى مع الإعلاميين في صنع السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية.

١٢- تحقيق التوازن الإعلامي المطلوب.

١٣-تتأسس العلاقات بين المؤسسات الصحفية الإسلامية، أو بينها وبين المؤسسات الصحفية الأخرى، على القواعد الثقافية والأخلاقية التي أسسها الإسلام، من حيث التقدير المتبادل وسيادة روح الحوار بالتي هي أحسن.

١٤- تعزيز كل ما من شأنه الحد من أي تجاوز أو شطط في العلاقات المهنية.

١٥-مسؤولية الجميع أن يوفروا لأبناء المهنة كل السبل للوصول إلى المعلومة والمعرفة طالما لا يحظرها قانون خاص أو أحكام قضائية.

١٦-ينأى الإعلام الإسلامي والإعلاميون بأنفسهم عن المهاترات الإعلامية، وعدم مقابلة الباطل بمثله، بل مقابلة السيئة بالحسنة.

١٧-التنافس الشريف والمنضبط بين المؤسسات الإعلامية مهم للإرتقاء بالعمل الإعلامي.

خامساً: المسؤولية الأخلاقية نحو الإجراءات:

١- يراعى في اختيار العاملين في المؤسسات الإعلامية الأسس الدقيقة فيما يتصل بالمستوى الخلقي والفكري والمهني.

٢- مراعاة الضوابط الشرعية لكل مؤسسة تنتسب للإعلام الإسلامي وعدم المجاملة في ذلك.

٣- على الدول الإسلامية والمؤسسات الإعلامية وضع التشريعات اللازمة لتجريم الآتي:

- أي رسالة إعلامية تخرج عن حدود الشريعة أو النقاش الموضوعي والنقد البناء.
- التجريح – المباشر أو غير المباشر- للرموز الإسلامية والشعائر الإسلامية المنضبطة.
- الإساءة إلى العلاقات بين الدول الإسلامية وافتعال الأزمات بينها.

٤- على الدول الإسلامية من أجل تجنب سيطرة رؤوس الأموال المشبوهة الرامية إلى جعل وسائل الإعلام أداة لإفساد قيم المجتمع أن تضع التشريعات الكفيلة لدعم الآتي:

- الإمكانيات والاستقلال المالي للمؤسسات الإعلامية.
- شركات الإنتاج الفني وتشجيعها على تقديم الأعمال الجادة والمنضبطة والهادفة ودعم تسويقها، والمشاركة في التحرر من التبيعة للشركات الإنتاجية متعددة الجنسيات.
- المشاريع الإعلامية الاستثمارية والعمل على إنشاء مصارف إسلامية للاستثمار الإعلامي.

٥- على المؤسسات والشخصيات الإسلامية المتمكنة مالياً الوفاء بالتزاماتها المالية نحو المؤسسات الإعلامية تحقيقاً لفريضة الإنفاق في سبيل الله، ودعمها بالمساهمة الطوعية تمكيناً لها من القيام برسالتها في خدمة الإسلام والأمة الإسلامية وقضاياها.

٦- على الدول الإسلامية والمؤسسات الإسلامية ولاسيما العالمية منها الالتزام

بالآتي:

- إنشاء التنظيمات الإعلامية المهنية، والجامعات والكليات والمعاهد الإعلامية، أو تعزيز ودعم القائم منها لتكون رافداً للمؤسسات الإعلامية وللتحرر من التبعية الأكاديمية للغرب.
- وضع التشريعات اللازمة، إن لم تكن موجودة لحماية حقوق التأليف والملكية الأدبية والفنية للمواد والمصنفات والأعمال الإعلامية.
- إلحاق نص ميثاق الشرف الإعلامي بقوانين المطبوعات المعمول بها في الدولة فتصبح له الصفة القانونية أو الإدارية الملزمة.

٧- على الدول الإسلامية والمؤسسات الإسلامية الإعلامية العالمية والمحلية العمل الجاد على تحقيق الآتي:

أ-اتخاذ الإجراءات العملية لإنشاء مؤسسة الرصد الإعلامي أو الحسبة الإعلامية من قبل المؤسسات الإعلامية الرسمية والمستقلة.

ب-التصدي لكل ما يمثل عدواناً على حقوق الإعلام الإسلامي وحقوق الإعلاميين الإسلاميين.

ج-محاسبة كل من يتخلى من المؤسسات والأفراد عن المسؤوليات الأخلاقية المعتمدة أو الإخلال بها.

د-ضمان نزاهة الجهد الصحفي وشفافيته، وبشكل عام كي لا تكون الرسالة الصحفية سبيلاً إلى أي كسب غير مشروع.

هـ-إصدار تقرير سنوي يتضمن نتائج الرصد والإجراءات المتاحة التي تعين على تحقيق الغاية من الرصد.

و-اتخاذ الإجراءات العملية لإنشاء المراكز العلمية ومراكز التدريب

والتطوير الإعلامي أو الإفادة من القائم منها في تحقيق الآتي:

- الارتقاء بالمستوى المهني للإعلاميين وبمختلف الفنون الصحفية.
- الارتقاء بالمستوى التقني والعمل على مواكبة التطور الهائل في هذا الجانب.
- رعاية الموهوبين من الإعلاميين ولاسيما شريحة الشباب.
- تكريم المؤسسات والإعلاميين المتميزين.
- التنسيق والتعاون مع المراكز الدولية ذات العلاقة لتحقيق الأهداف أعلاه.

ز-اتخاذ الإجراءات العملية لإنشاء منظمة حقوقية أو دعم القائم منها للقيام بالآتي:

- الدفاع عن المؤسسات الإعلامية التي تتعرض للأذى وانتهاك حقوقها.
- الدفاع عن الإعلاميين الذين يتعرضون لأي شكل من أشكال العدوان أو الانتهاك المادي والمعنوي.
- التنسيق والتعاون مع المنظمات الدولية ذات العلاقة لتحقيق الهدفين المذكورين أعلاه.

ح-اتخاذ الإجراءات العملية لإنشاء مراكز صحية واجتماعية تقوم بالآتي:

- رعاية الإعلاميين المتضررين جراء عملهم المهني أو التزامهم برسالتهم وقضيتهم.
- رعاية عوائل الإعلاميين الذين يضحون بحياتهم أو حريتهم في أثناء عملهم أو المطالبة بحقوقهم.
- التنسيق والتعاون مع المراكز ذات العلاقة لتحقيق الهدفين المذكورين أعلاه.

ط-اتخاذ الإجراءات العلمية في الإعلان والترويج والتعريف بمواثيق الشرف الإعلامي الإسلامية، وحث المؤسسات والإعلاميين كافة على الالتزام به ودعمه والمشاركة الجادة في تفعيل إجراءاته العملية.

وأخيراً يدعو مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، المؤسسات والشخصيات الإعلامية كافة إلى:

١- اعتماد هذا الميثاق وثيقة أخلاقية لديها.

٢-الإفادة منه في استنباط الإجراءات الإدارية لتحقيق المسؤولية الأخلاقية في التأصيل والعمل الإعلامي.

٣-التواصل معنا في تقويم هذا الميثاق وتعزيز مواده بما يتناسب مع مكانة الإعلام الإسلامي، وتطور وسائله، وتجدد رسائله، وتطور المجتمعات الإسلامية، ونحن ملتزمون بدراسة ما يرد من مالحظات والتجاوب معها والإفادة منها، خدمة لرسالة الإسلام العالمية.

ربنا عليك توكلنا وإليك أنبنا وإليك المصير

مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي

العراق – بغداد

١٤٣١- ٢٠١٠

الفهرس

د. طه احمد الزيدي رئيس الرابطة الإسلامية للإعلام........................ ٥

الإعلام والتعليم والتربية ٦

كلمات إفتتاحية كلمة الرابطة الإسلامية للإعلام في العراق الدكتور طه الزيدي ١٨

كلمة عمادة كلية الشريعة في الجامعة الإسلامية-الدكتور عبد المنعم خليل الهيتي ٢٦

كلمة عمادة كلية الإعلام في الجامعة الإسلامية – بغداد موجبات الخطاب الإعلامي في ترسيخ القيم الاجتماعية والإسلامية الدكتور فاضل البدراني ٢٩

كلمة جمعية الباحثين والتدريسيين الجامعيين في العراق الدكتور فراس محمد ابراهيم .. ٣١

كلمة مؤسسة الرائد الإعلامية الإعلام الإسلامي يتقدم بثقة الاستاذ ابراهيم الطائي... ٣٣

كلمة قسم الثقافة والإعلام في هيئة علماء المسلمين التربية الإعلامية لبنة في بناء الشخصية الإعلامية الأستاذ حارث الأزدي........................ ٣٧

كلمة مركز الأمة للدراسات والتطوير الدكتور عبد القادر محمد........................ ٤٠

كلمة مركز البحوث والدراسات الإسلامية في الجامعة الإسلامية (مبدأ) الباحث غازي السامرائي.. ٤٢

المحور الأول: المنظومة الخُلقية ٤٢

المحور الثاني: المنظومة الاجتماعية ٤٣

المحور الثالث: المنظومة التربوية ٤٣

المحور الاول

التربية الإعلامية أو المسؤولية التربوية للإعلام الإسلامي التربية الإعلامية والحفاظ على الهوية الإسلامية... الفضائيات أنموذجاً -إسلام السيد علي........................ ٤٥

مقدمة ٤٧

ومن أهم المآخذ على القنوات الفضائية الإسلامية ٦٦

البرامج الفضائية ودورها التربوي والاصلاحي لأفراد المجتمع د. طالب الشمري ٧٩

مقدمة ٧٩
أولاً: مشكلة البحث والحاجة إليه ٨٠
ثانياً: أهمية البحث.. ٨٠
ثالثاً: هدف البحث.. ٨٠
رابعاً: حدود البحث... ٨٠
خامساً: أسلوب البحث.. ٨١
المبحث الأول: برامج الفضائيات وثقافة الترفيه والاستهلاك ٨٢
أولاً: طبيعة إنتاج البرامج الأجنبية.. ٨٢
ثانياً: طبيعة إنتاج برامج القنوات العربية... ٨٥
المبحث الثاني:طبيعة الآثار التربوية والاجتماعية.. ٨٩
أولاً: الآثار التربوية.. ٨٩
ثانياً: الآثار الاجتماعية.. ٩٣
النتائج ٩٧
الاستنتاجات.. ٩٧
التوصيات.. ٩٧
المقترحات ٩٧
المصادر.. ٩٨

خصائص التأثير الخفي للعمليات الإعلامية"توم وجيري" إنموذجاً د. فاروق محمود ٩٩
المقدمة ٩٩
مشكلة البحث.. ١٠١
أهمية البحث والحاجة إليه ١٠٢
هدف البحث ١٠٣
خصائص هذا التأثير.. ١٠٣
التأثير الخفي.. ١٠٣
الرسائل المستترة.. ١٠٣
الأساليب غير مباشرة ١٠٤
أنواع الرسائل المستترة ١٠٥

أدوات الرسائل المستترة ١٠٦
سلسلة أفلام الرسوم المتحركة (توم و جيري)........................ ١٠٧
الشخصيات والصراع ١٠٨
الحبكة ١٠٨
التأثير الخفي في سلسلة (توم وجيري) ١١٠
النتائج ١١٣
المصادر ١١٤

" دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء للوطن" رافد عطية عبد الجبار ١١٥
مقدمة ١١٥
"مفهوم الإعلام التربوي" ١١٦
" فائدة الإعلام التربوي" ١١٨
"الصفات الخاصة بالإعلامي التربوي" ١١٩
"محاور النقاش" ١٢٠
ومن أهم تلك المحاور ما يأتي.. ١٢١
"أهمية الاتصال لخدمة الإعلام التربوي" ١٢٢
"أهداف الاتصال في الإعلام التربوي" ١٢٣
"عناصر العملية الاتصالية".. ١٢٣
"العلاج" ١٢٤
أولاً:- إدارة الإعلام التربوي: وتتفرع إلى شعب متعددة........................ ١٢٤
١-شعبة التلفزيون والاذاعة ١٢٤
٢-شعبة الصحافة ١٢٥
٣-شعبة الشؤون الادارية ١٢٥
٤-شعبة الانترنت.. ١٢٥
ثانياً:- إدارة العلاقات العامة ١٢٥
"المقترحات".. ١٢٦

المحور الثاني

المسؤولية الاجتماعية للإعلام ١٢٩

استثمار ظاهرة الرأي العام في دعم مقاصد الإسلام في ضوء السنة النبوية د. فراس محمد إبراهيم ١٣١

مقدمة ١٣١

أهمية الموضوع ١٣٢

سبب اختيار الموضوع ١٣٣

أهداف البحث ١٣٤

منهج البحث ١٣٤

المبحث الأول: تحديد المصطلحات ومفهوم الرأي العام ١٣٨

أولاً: الرأي العام ١٣٨

١-رأي العين ١٣٩

٢-رأي العقل ١٤٠

العام ١٤٠

الرأي العام في اصطلاح علماء السياسة والإعلام ١٤١

تعريف الرأي العام في الاصطلاح الإسلامي ١٤١

تعريف الباحث للرأي العام تأسيساً على ما سبق ١٤٢

ثانياً: السنة النبوية ١٤٣

السنة لغة ١٤٣

السنة اصطلاحاً ١٤٣

ثالثاً: الدراسة الموضوعية ١٤٤

المبحث الثاني: استثمار ظاهرة الرأي العام في دعم مقاصد الإسلام ١٤٥

المطلب الأول: مراقبة الرأي العام وقياسه ١٤٥

المطلب الثاني: تنشئة وصناعة الرأي العام ١٤٧

أولاً: صناعة الرأي العام الداخلي ١٤٧

ثانياً: صناعة الرأي العام العالمي ١٤٨

اختيار نوعية السفراء جزء من صناعة الرأي العام ١٥٠

مراعاة الرأي العام في الخطاب تحصل بها المكاسب السياسية ١٥١

المطلب الثالث: تعديل اتجاهات الرأي العام ١٥٢
الأول: أسلوب التكرار ١٥٢
الثاني: أسلوب عرض الحقائق ١٥٤
المطلب الرابع: التحذير من تضليل الرأي العام وخداعه ١٥٦
التثبت من نقل الأخبار ١٥٧

الخاتمة ١٦٠
أولاً: النتائج ١٦٠
ثانياً: التوصيات ١٦١

ثبت المصادر والمراجع ١٦٢

أثر الفضائيات في تزييف الوعي وتغيير المنظومة القيمية للمتلقي العربي د. علاء الدين أحمد خليفة ١٦٥

مقدمة ١٦٥
مشكلة البحث ١٦٦
منهج البحث ١٦٦
أولاً: القنوات الفضائية العربية والإسلامية ومنظومة القيم ١٦٧
ثانياً: أثر مضامين الفضائيات العربية على تزييف الوعي الاجتماعي والديني ١٧٢
ثالثاً: الفضائيات العربية والعولمة ١٧٦
الاستنتاجات ١٧٨
التوصيات ١٨٢

عصر مواجهة السلطة الإعلامية للسلطات التنفيذية لتعزيز الحريات الانسانية الدكتور فاضل محمد البدراني ١٨٥

مقدمة ١٨٥

المبحث الاول: فاعلية الخطاب الإعلامي في المنظومة الأخلاقية ١٨٨

المبحث الثاني: الترابط الجدلي بين الإعلام والحقوق الإنسانية ١٩١
أ- الإعلام والحقوق العامة ١٩٢

ب- المواجهة بين سلطة الإعلام والسلطة التنفيذية........................... ١٩٢

المبحث الثالث: العلاقة الأزلية بين الأخلاقيات الصحفية والقيم الاجتماعية........... ١٩٤

أولاً: مبادئ المهنة الصحفية.. ١٩٤

ثانياً: الإرشادات والنصائح المهنية.. ١٩٥

أ- علاقة الصحفي بالمعلومات والمصادر.................................. ١٩٥

ب- علاقة الصحفي بالسلطة... ١٩٦

ج- علاقة الصحفي بالناس.. ١٩٦

المبحث الرابع: السلطة الرابعة.. ١٩٨

أ- الاستثمار وشرعية السلطة الرابعة...................................... ١٩٩

ب- الإعلام.. متاهات الحرية.. ٢٠١

المبحث الخامس: فاعلية جيل سلطة الإعلام الخامسة.............................. ٢٠٥

أ- الفيس بوك أحد أوجه السلطة الخامسة (شبكات التواصل الاجتماعي)...... ٢٠٦

الخاتمة والاستنتاجات.. ٢١٠

صورة المرأة العراقية في الإعلام بعد الاحتلال د. عبد الهادي محمود الزيدي........... ٢١٥

مقدمة.. ٢١٥

المبحث الاول: مكانة المرأة في الإسلام....................................... ٢١٧

المبحث الثاني: الإعلام الغربي واستهداف المرأة المسلمة.............................. ٢٢٣

المبحث الثالث: إعلام المرأة العراقية بعد الاحتلال................................ ٢٣٢

المبحث الرابع: واجب الإعلام الإسلامي في الدفاع عن قضايا المرأة.................. ٢٤٤

هوامش البحث.. ٢٤٩

دور الإعلام في تغيير وتعديل اتجاهات الجمهور/ المدرس المساعد عبد القادر معروف..... ٢٥١

تمهيد.. ٢٥١

الإطار المنهجي للبحث.. ٢٥١

أولاً: أهمية البحث ٢٥١
ثانياً: مشكلة البحث ٢٥٢
ثالثاً: أهداف البحث ٢٥٢
الإطار النظري للبحث........................ ٢٥٣
أولاً: تعريف مصطلح (الاتجاه)........................ ٢٥٣
ثانياً: مصادر تكوين اتجاهات الجمهور........................ ٢٥٣
تأثير الأسرة........................ ٢٥٣
تأثير المجتمع........................ ٢٥٣
التجارب المعزولة ٢٥٤
ثالثاً. العوامل الوسيطة التي تؤدي دوراً في تغيير اتجاهات الجمهور........................ ٢٥٤
العمليات الانتقائية ٢٥٥
تأثير الجماعات الأساسية........................ ٢٥٥
قيادة الرأي والتأثير الشخصي ٢٥٦
رابعاً. دور وسائل الإعلام في تدعيم الاتجاهات ٢٥٦
خامساً. نموذج "احتمالية أعمال العقل" في تأثير الرسائل الإعلامية ٢٥٧
سادساً: رأي الباحثين بشأن نتائج دراسات تغير الاتجاهات........................ ٢٥٧
سابعاً: أثر وسائل الإعلام على الاتجاهات والقيم لدى الجمهور........................ ٢٥٨
ثامناً. الاستنتاجات ٢٥٩
مصادر البحث........................ ٢٦١

برامج الواقع وتأثيرها في غرس القيم الاجتماعية مصطفى فليح حسين ٢٦٢
مقدمة ٢٦٢
المبحث الأول: منهجية البحث........................ ٢٦٣
أولاً: مشكلة البحث ٢٦٣
ثانياً: الأهمية........................ ٢٦٣
ثالثاً: هدف البحث وتساؤلاته ٢٦٣
رابعاً: منهج البحث........................ ٢٦٤
خامساً: حدود البحث........................ ٢٦٥
حدود مكانية........................ ٢٦٥

حدود زمانية ٢٦٥
سادساً: عينة البحث ٢٦٥
الرابح الأكبر الموسم الرابع (mbc) ٢٦٦
برنامج مجددون على قناة (دبي) ٢٦٦
برنامج ستار أكاديمي على قناة LBC ٢٦٧
سابعاً: دراسات سابقة ٢٦٧
ثامناً: مصطلحات البحث ٢٦٨
تلفزيون الواقع ٢٦٨

المبحث الثاني: (تلفزيون الواقع مفاهيم ومضامين) ٢٦٩
التلفزيون والتغيير الاجتماعي ٢٦٩
دور التلفزيون في الغرس الثقافي ٢٧١
فكرة تلفزيون الواقع وعلاقتها بالغرس الثقافي ٢٧٥
ما هو تلفزيون الواقع ٢٧٦
الموقف من تلفزيون الواقع ٢٧٨
أولاً: الموقف الرافض ٢٧٨
ثانياً: الاتجاه المتقبل ٢٧٩
سلبيات تلفزيون الواقع ٢٨١

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية ٢٨٢
تحليل عينة البرامج ٢٨٢
أهم القيم التي يركز عليها كل برنامج ٢٨٢
أولاً: القيم الايجابية ٢٨٢
ثانياً: القيم السلبية ٢٨٦
الاستنتاجات ٢٨٩
التوصيات ٢٩٠

المصادر والمراجع ٢٩١

المحور الثالث

الخصائص الاجتماعية للقائم على الاتصال ٢٩٣

سوسيولوجيا (الخصائص الاجتماعية) للقائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي د. يسرى خالد إبراهيم ٢٩٥

مدخل ٢٩٥

أهمية البحث ٣٠٢

مشكلة البحث ٣٠٢

أهداف البحث ٣٠٣

منهج البحث ٣٠٣

عينة البحث ٣٠٤

المحور الأول: من هو القائم بالإتصال الإسلامي ٣٠٤

المحور الثاني –أهمية دراسة القائم بالاتصال الإسلامي ٣٠٧

المحور الثالث: اتجاهات القائم بالاتصال ٣٠٩

اتجاه الداعية نحو نفسه ٣١٠

اتجاه الداعية نحو الجمهور ٣١٠

اتجاه الداعية نحو الموضوع ٣١٠

المحور الرابع: الداعية والمجتمع ٣١١

المحور الخامس: الدراسة التحليلية للقائم بالإتصال ٣١٥

جدول رقم (١) القائم بالاتصال الإسلامي من المفكرين والعلماء ٣١٥

جدول رقم (٢) القائم بالاتصال من المتخصصين الإعلاميين (المذيع – مقدم البرامج الدينية) ٣١٧

جدول رقم (٣) ٣١٨

الخاتمة والاستنتاج ٣٢٣

التوصيات ٣٢٤

المصادر ٣٢٦

صناعة النجومية الإعلامية في البرامج الدينية الدكتورة: أيسر خليل إبراهيم ٣٢٧

مقدمة ٣٢٧

أولاً: هدف البحث ٣٢٨

ثانياً: مشكلة البحث ٣٢٨

ثالثاً: منهج البحث ٣٢٩
المبحث الاول: ظاهرة الدعاة الجدد ٣٣٠
من هم الدعاة الجدد ٣٣٠
الانتقادات الموجهة لظاهرة الدعاة الجدد ٣٣١
لغة الدعاة الجدد ٣٣٢
من يخاطب الدعاة الجدد ٣٣٣
نماذج من الدعاة الجدد ٣٣٤
وسنبدأ باستعراض السيرة الذاتية للدعاة الذين تم اختيارهم ٣٣٥
لماذا يبتعد الدعاة الجدد عن الشأن السياسي؟ ٣٣٧
المبحث الثاني: نجوم الخطاب الديني ٣٣٩
صناعة الداعية ٣٤١
النتائج ٤٣٢
التوصيات ٣٤٤
الهوامش ٣٤٦

ميثاق البصيرة للإعلام الإسلامي ٣٤٧
المقدمة ٣٤٧
مواد ميثاق البصيرة للإعلام الإسلامي ٣٤٨
أولاً: المسؤولية الأخلاقية نحو الإسلام والأمة الإسلامية ٣٤٨
ثانياً: المسؤولية الأخلاقية نحو الانسانية ٣٥٠
ثالثاً: المسؤولية الأخلاقية اتجاه المجتمع ومكوناته ٣٥١
رابعاً: المسؤولية الأخلاقية نحو مهنية الإعلام ٣٥٥
خامساً: المسؤولية الأخلاقية نحو الإجراءات ٣٦٢
الفهرس ٣٦٧